



WEB SİTENİZ BİR EV OLSAYDI: MODERN SEO'NUN MİMARİSİ

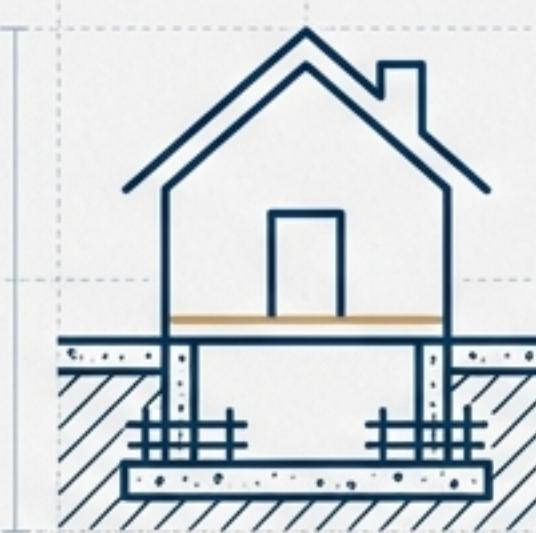


Arama motorlarının sevdiği, kullanıcıların ise terk etmek istemeyeceği bir dijital varlık inşa etme rehberi.



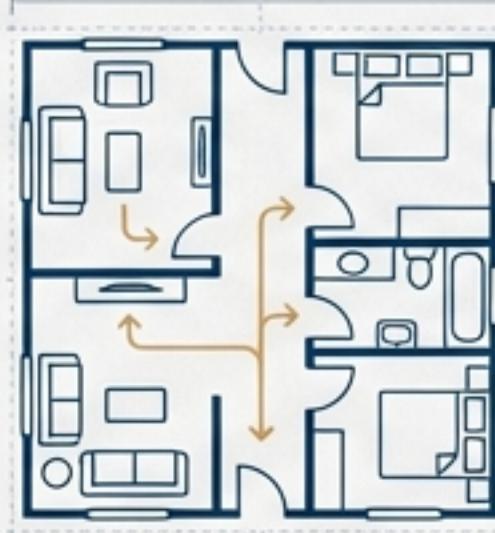
SEO BİR KONTROL LİSTESİ DEĞİL, BİR İNŞAAT PROJESİDİR

SEO'yu bir dizi teknik madde olarak düşünmek yerine, onu bir ev inşa etme süreci olarak ele alalım. Bu yaklaşım, her bir SEO unsurunun birbiriyle nasıl ilişkili olduğunu ve nihai hedef olan 'harika bir kullanıcı deneyimi' için neden önemli olduğunu anlamamızı sağlar.



Sağlam Bir Temel

Teknik SEO - Binanın
görünmeyen ama en kritik
kısımlı.



Kusursuz Bir Mimari

Sayfa İçi SEO - Ziyaretçilerin
gezdiği odalar ve koridorlar.



Mahalledeki İtibar

Sayfa Dışı SEO - Evinizin
dışarıdan nasıl göründüğü ve
komşuların ne söylediği.



Ziyaretçi Deneyimi

Kullanıcı Sinyalleri -
Misafirlerinizin içinde ne
kadar mutlu olduğu.

BÖLÜM 1: SAĞLAM BİR TEMEL ATMAK (TEKNİK SEO)

Harika bir ev, zayıf bir temel üzerine kurulamaz. Arama motorlarının sitenizi doğru bir şekilde tarayabilmesi, anlayabilmesi ve güvenebilmesi için teknik altyapınız kusursuz olmalıdır. Bu, projenin görünmeyen kahramanıdır.



ARSANIZIN KONUMU VE İNŞAAT STANDARTLARINIZ



Hosting Lokasyonu: Hedef kitlenizle aynı coğrafyada bulunan sunucular, sitenizin daha hızlı yanıt vermesini sağlar.

Tool: check-host.net



Site Hızı: Ziyaretçiler beklemeyi sevmez. Ideal açılış süresi **0.6 saniyenin** altındadır.

Tool: [GTmetrix.com](https://gtmetrix.com)



Core Web Vitals: Google'in kullanıcı deneyimini ölçen teknik standartlarıdır. Bu testleri geçmek zorunludur.

Tool: pagespeed.web.dev



Uptime (Çalışma Süresi): Evinizin kapısı her zaman açık olmalı. Sitenizin erişilebilirliğini sürekli izleyin.

Tool: uptimerobot.com

A blue icon of a server stack with three horizontal bars above it, and a yellow exclamation mark at the bottom right.

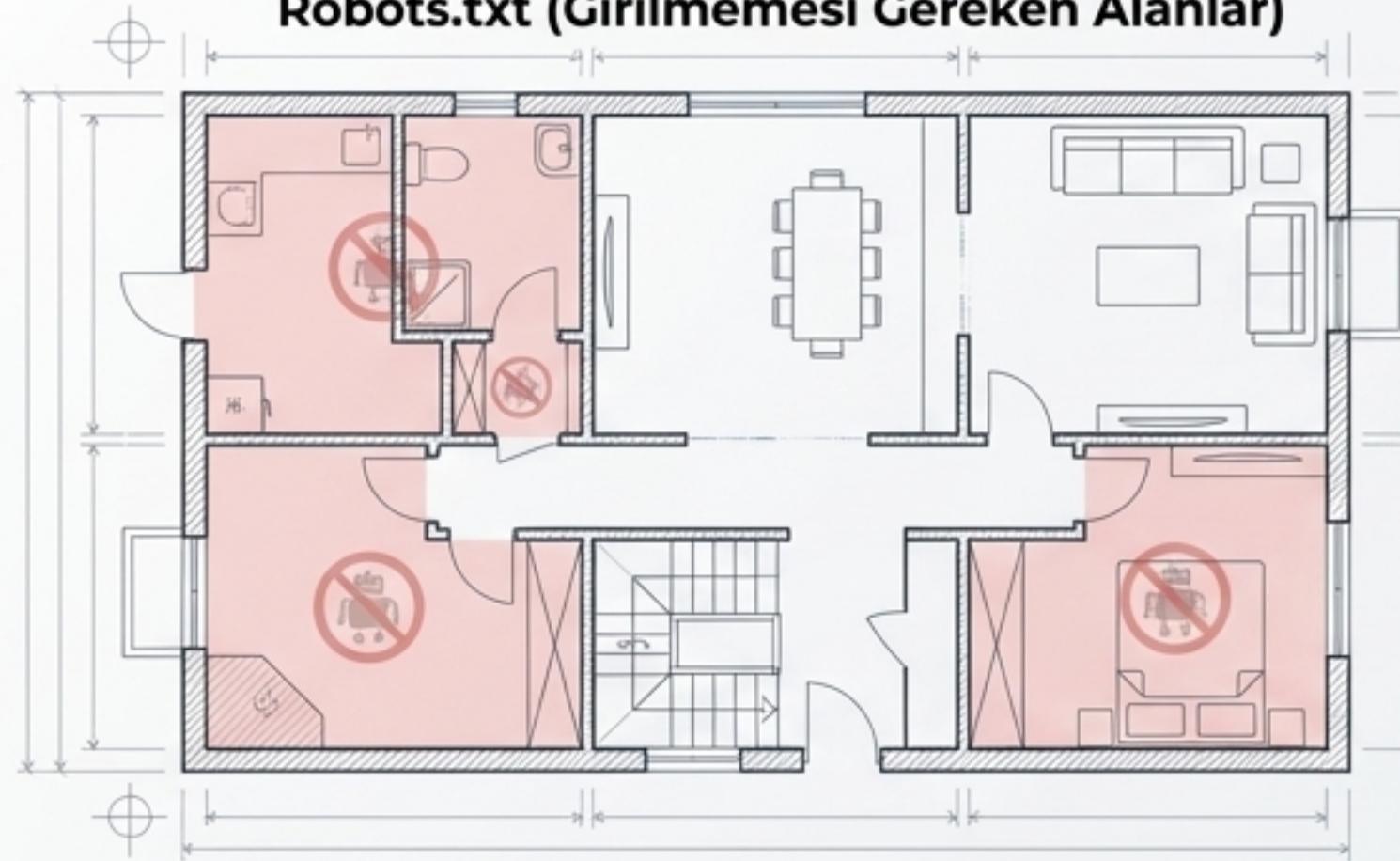
Not: Aynı hosting'de bulunan diğer sitelerin 'kötü komşu' olmamasına dikkat edin. Gerekirse C Class IP kullanın.

Tool: viewdns.info

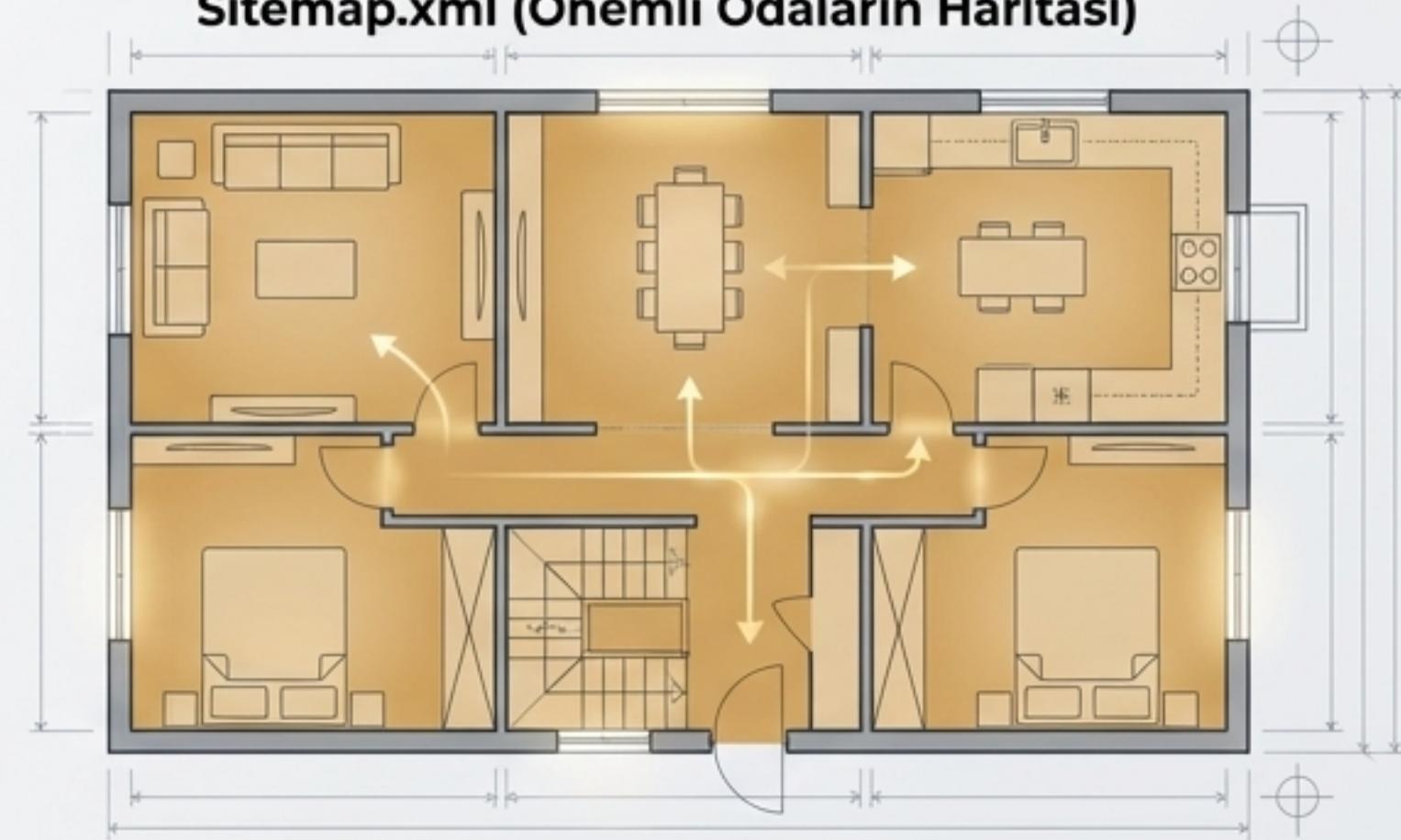
ARAMA MOTORLARINA YOL GÖSTEREN MİMARI PLAN: ROBOTS.TXT VE SITEMAP.XML

Google'ın denetçileri (botlar) sitenize geldiğinde onlara bir kat planı sunmalısınız. Bu, değerli zamanlarını (tarama bütçesini) doğru yerlerde harcamalarını sağlar.

Robots.txt (Girilmemesi Gereken Alanlar)



Sitemap.xml (Önemli Odaların Haritası)



Robots.txt altında

- Sitenin kök dizininde yer alan bir metin dosyasıdır.
- Botlara hangi sayfa veya klasörleri taramamaları gerektiğini söyler. ("Depoya girme, özel oda.")
- **Kritik:** Sitemap.xml'in adresi bu dosyada belirtilmelidir.

Sitemap.xml altında

- Hangi sayfaların önemli olduğunu ve aralarındaki hiyerarşiyi gösterir.
- priority etiketi ile sayfaların önem derecesini belirtebilirsiniz.
- Screaming Frog gibi araçlarla otomatik oluşturulabilir.



Uyarı: Sitenizde çok fazla 404 (bulunamadı) hatası olması, Google'ın sitenize ayırdığı tarama bütçesini düşürmesine neden olur. Bozuk linkler, çıkmaz sokaklar gibidir.

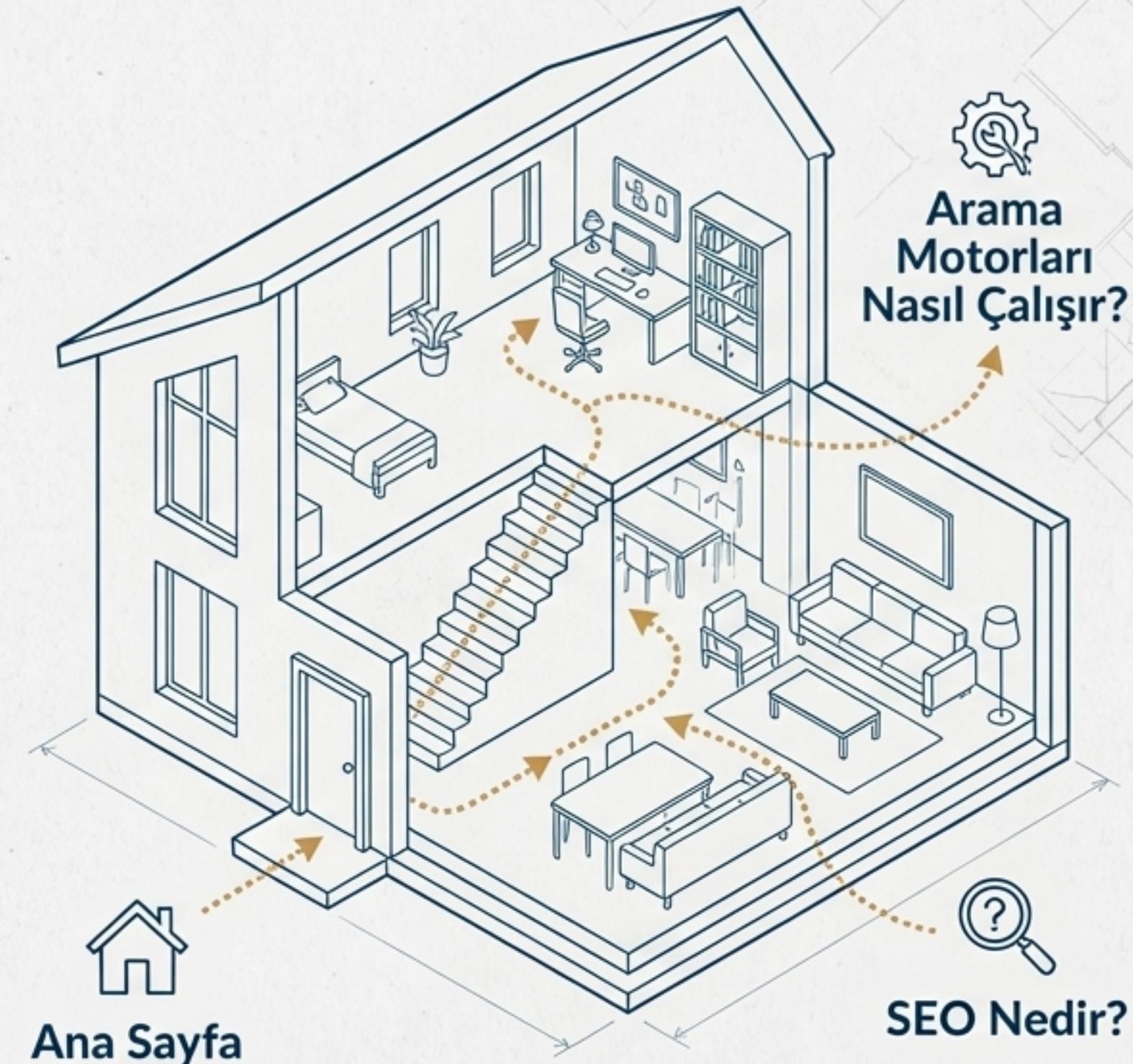
BÖLÜM 2: KUSURSUZ BİR MİMARI YARATMAK (SAYFA İÇİ SEO)

Temel sağlam atıldıktan sonra sıra misafirlerinizin (kullanıcıların) içinde keyifle dolaşacağı, aradığını kolayca bulabileceği bir yapı tasarlamaya geldi. İyi bir mimari, kullanıcıyı **sitede tutar** ve Google'a olumlu sinyaller gönderir.



ODALAR ARASI AKIŞ: SİTE MİMARİSİ VE İÇ LİNKLEME

- **Site Mimarisi:** Kullanıcı bir sayfadan ("SEO Nedir?"), ilgili başka bir sayfaya ('Arama Motorları Nasıl Çalışır?') kolayca geçebilmelidir. Mantıksal bir akış yaratın.
- **Tıklama Derinliği:** En önemli sayfalarınıza ana sayfadan en fazla **2-3 tıklama** ile ulaşılabilmelidir. Kimse labirentte kaybolmak istemez. Bu, Google'ın tarama bütçesiyle doğrudan ilişkilidir.
- **İç Linkleme & Anchor Text (Çapa Metin):** Sayfa içindeki 'tıklanabilir metinler', hem kullanıcıya hem de arama motorlarına gidecekleri sayfanın ne hakkında olduğunu anlatan yönlendirme tabelalarıdır. ('Bu yönde "Arama Motorları" hakkında daha fazla bilgi var.')
- **Breadcrumb (Navigasyon Çubuğu):** Kullanıcının sitede nerede olduğunu gösteren 'Buradasınız' haritasıdır. (Anasayfa > Kategori > Bu Sayfa)



DIŞ TABELA VE ODA İSİMLERİ: META ETİKETLER VE BAŞLIKLAR

Meta Title & Description



Google'in arama sonuçlarında gösterdiği ilk izlenimdir.
Karaktere değil, piksele odaklanın!

- **Meta Title:** Maksimum **580px** olmalı.
- **Description:** Maksimum **990px** olmalı.
- **URL:** Maksimum **385px** olmalı.

🔗 Tool: highervisibility.com/seo/tools/serp-snippet-optimizer/

Headers (h1, h2, h3)



Sayfa içeriğinin hiyerarşisini belirler.

- **h1:** Sayfanın ana başlığı (Sadece bir tane olmalı).
- **h2:** Ana başlığın alt bölümleri.
- **h3:** h2'lerin alt detayları.

⇨ **Table of Contents (İçindekiler Dizini):** Uzun içeriklerde, sayfa başında bulunan ve ilgili bölmelere atlayan linkler (Jumplink) hem kullanıcı deneyimini iyileştirir hem de Google tarafından ödüllendirilir.

MOBİLYALAR VE TAPU KAYDI: İÇERİK KALİTESİ VE SCHEMA.ORG



SOL SÜTUN: İÇERİK STRATEJİSİ (MOBİLYALAR VE DEKORASYON)

- **Odacı:** Kullanıcının aradığı bilgiyi uzatmadan, doğrudan verin.
- **Uzunluk:** Maksimum **1700 kelime** genellikle idealdir; daha fazlası okunmayabilir.
- **Format:** **Liste ve Tablo tipi içerikler**, Google tarafından sevılır ve 'Featured Snippet' olarak en üstte gösterilme potansiyeli taşır.
- **Görsel Alt Metinleri:** Görsellerinize açıklayıcı isimler verin ('futbol.jpg' yerine 'yesil-sahada-futbol-oynayan-adam.jpg'). Google, görselleri de okur.



SAĞ SÜTUN: SCHEMA.ORG (EVİN RESMİ TAPU KAYDI)

- **Google, Yandex ve Bing'in** sitenizi daha iyi kategorize etmesi için oluşturduğu ortak bir dildir.
- Sitenizin bir 'TravelAgency' mi yoksa 'FAQPage' (SSS sayfası) mi olduğunu açıkça belirtmenizi sağlar.
- **Tool:** technicalSEO.com/tools/schema-markup-generator/

BÖLÜM 3: MAHALLEDEKİ İTİBARINIZI OLUŞTURMAK (SAYFA DIŞI SEO)

Dünyanın en güzel evini inşa etseniz bile, kimse ondan bahsetmiyorsa veya kötü bir mahalledeyse kimse sizi ziyaret etmez. Sayfa dışı SEO, dijital dünyadaki itibarınızı ve güvenilirliğınızı yönetmektir.



KOMŞU TAVSİYELERİ: KALİTELİ BACKLINK'LERİN GÜCÜ



BACKLINK NEDİR?

Başka bir web sitesinin, sizin sitenizi referans gösterdiği bir bağlantıdır. Bu, Google için güçlü bir güven sinyalidir.



Alaka Düzeyi

Sizinle aynı veya benzer kategorideki sitelerden gelen linkler en değerlidir. (Orn: SEO konulu bir siteden, Ekşisözlük'teki SEO başlığından gelen link).



ALTIN KURALLAR

Kalite > Nicelik

Güvenilir ve yüksek otoriteli sitelerden gelen tek bir link, yüzlerce kalitesiz linkten daha iyidir.



Organik Olmalı

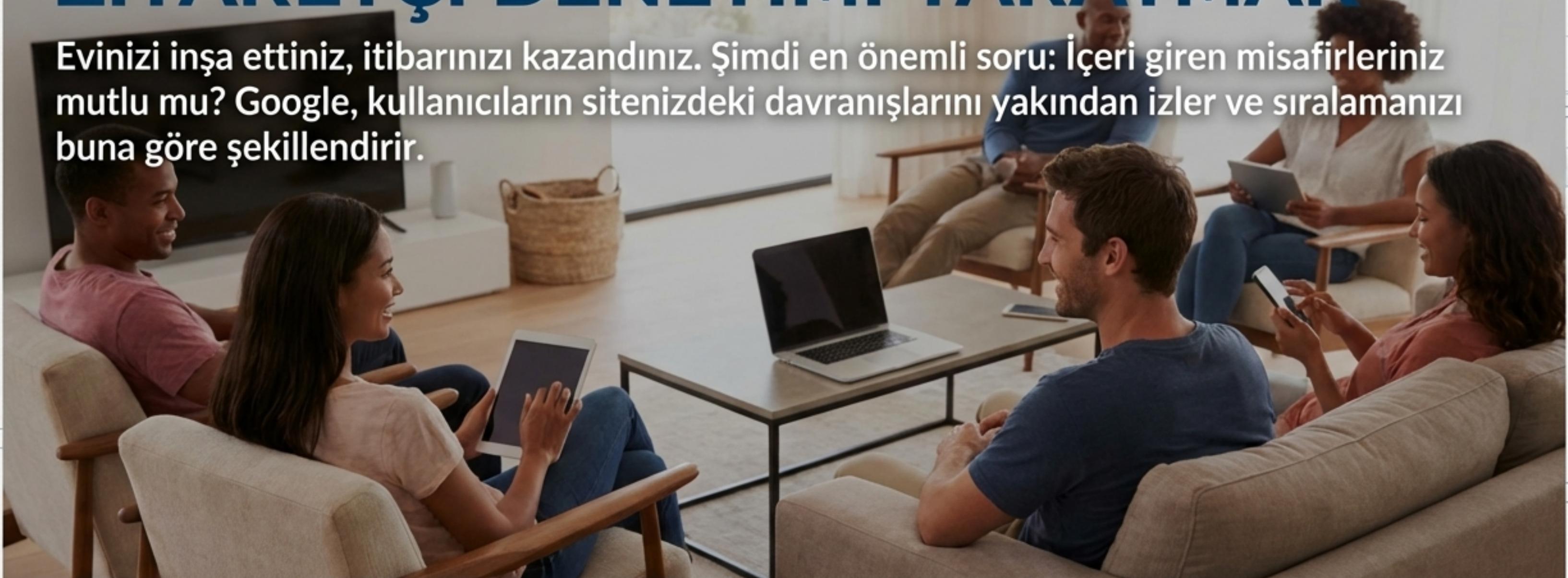
Botun görmesi yeterlidir, illa o linkten trafik gelmesi gerekmez.



KESİNLİKLE KAÇININ: "TOPLU BACKLINK PAKETİ" GİBİ HİZMETLERİ ASLA SATIN ALMAYIN!
Bu, itibarınızı zedeler ve Google tarafından cezalandırılmasına neden olabilir.

BÖLÜM 4: UNUTULMAZ BİR ZİYARETÇİ DENEYİMİ YARATMAK

Evinizi inşa ettiniz, itibarınızı kazandınız. Şimdi en önemli soru: İçeri giren misafirleriniz mutlu mu? Google, kullanıcıların sitenizdeki davranışlarını yakından izler ve sıralamanızı buna göre şekillendirir.



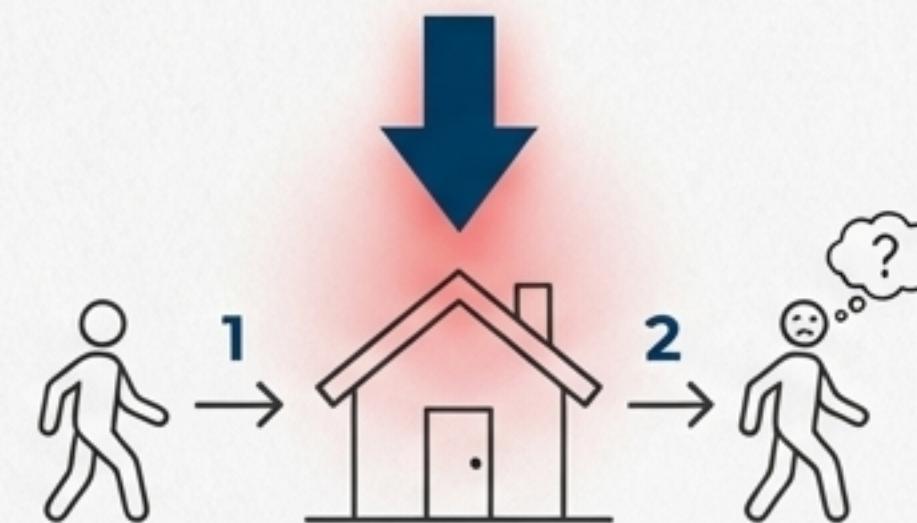
MİSAFİRLERİNİZİN DAVRANIŞLARI HER ŞEYİ ANLATIR



MOBİL UYUMLULUK

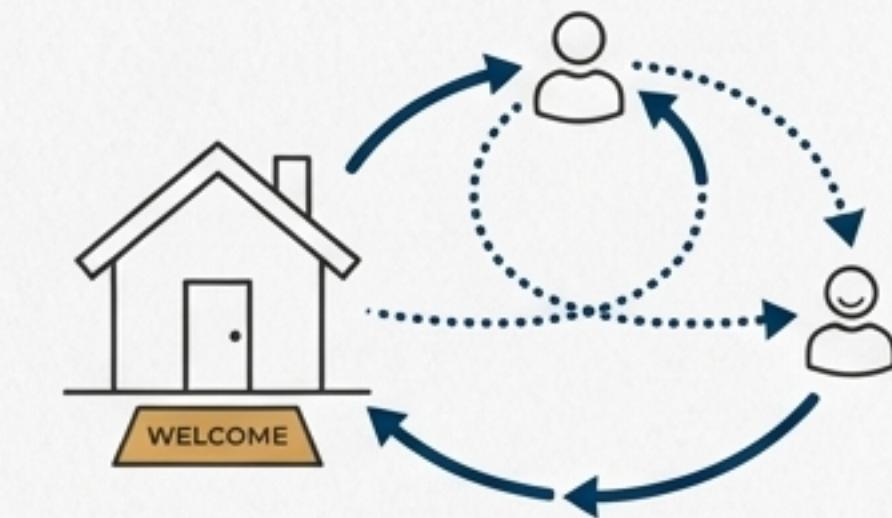
Ziyaretçilerin çoğu evinizi ceplerinde taşıır. Siteniz her ekranada kusursuz çalışmalıdır.

 Tool: seranking.com/free-tools/mobile-friendly-test.html



POGO-STICKING (KAPIDAN GERİ DÖNME)

Kullanıcı sitenize girip aradığını bulamaz ve hemen arama sonuçlarına geri dönerse, bu Google için çok kötü bir sinyaldir. Eğer bu durum sık yaşanırsa, sıralamanız düşer.



GERİ DÖNEN KİTLE (MÜDAVİMLER)

Sitenize gelen bir kullanıcıyı tekrar tekrar geri getirebiliyorsanız, Google sizi ödüllendirir. Bu, kaliteli ve değerli bir 'ev' olduğunuzun en büyük kanıtıdır.

DAVETİYENİZ NE KADAR ÇEKİCİ? (Tıklama Oranı - CTR)

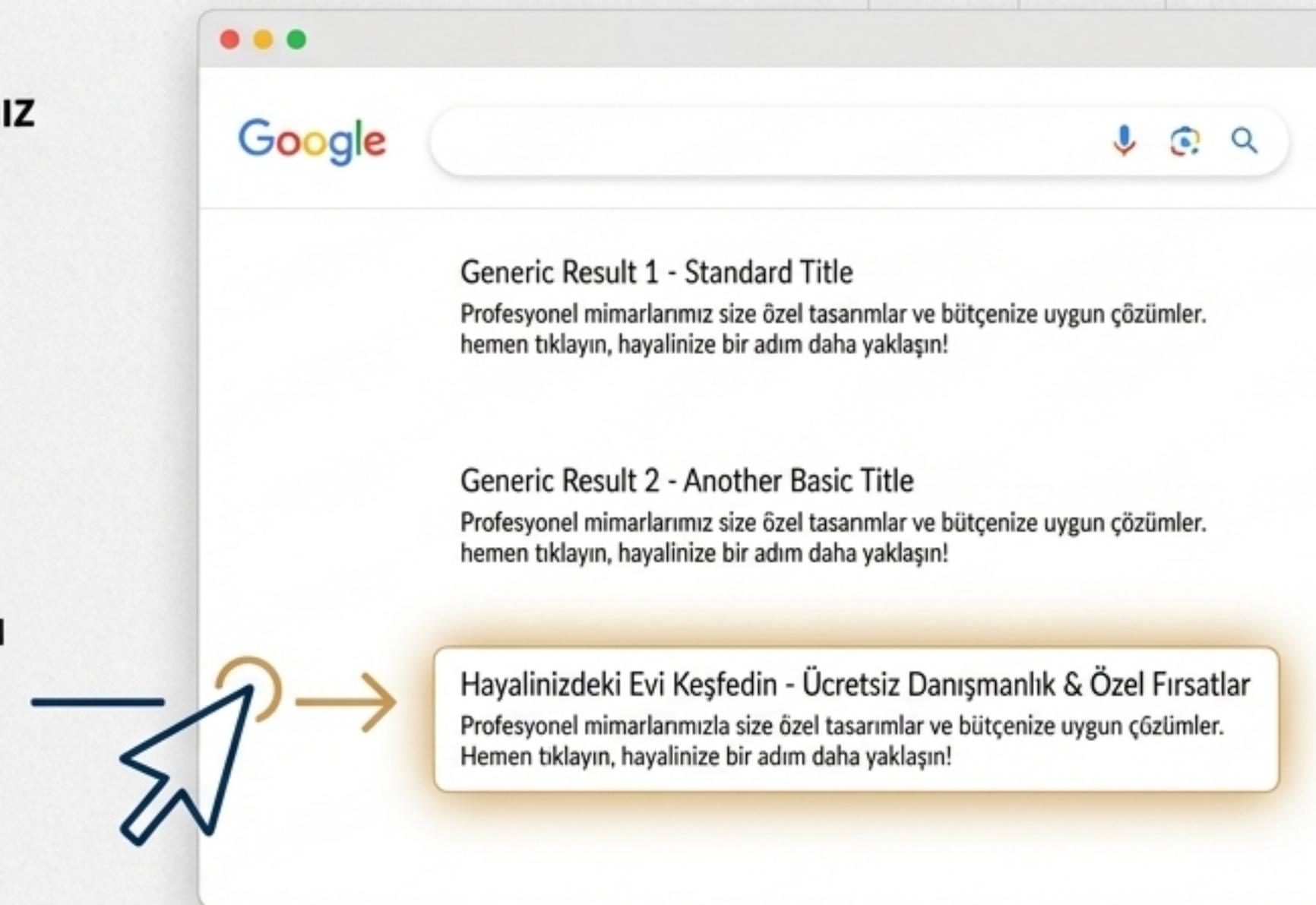
Arama sonuçları sayfası (SERP), potansiyel ziyaretçilerle dolu bir caddedir. **Sizin “evinizin tabelası” (meta başlığınız ve açıklamanız), diğer evlerin arasında ne kadar dikkat çekiyor?**

CTR Nedir?: Sitenizin arama sonuçlarında gösterilme sayısına karşılık ne kadar tıklandığını gösteren orandır.

Neden Önemli?: Yüksek tıklama oranı, Google'a "kullanıcılar bu sonucu diğerlerine tercih ediyor" mesajını verir ve bu da sıralamanızı yükseltir.

Nasıl Artırılır?: İlgi çekici, merak uyandıran başlıklar ve kullanıcının sorununa çözüm vaat eden açıklamalar ile rakiplerinizin önüne geçebilirsiniz.

↗ Analiz Aracı: advancedwebranking.com



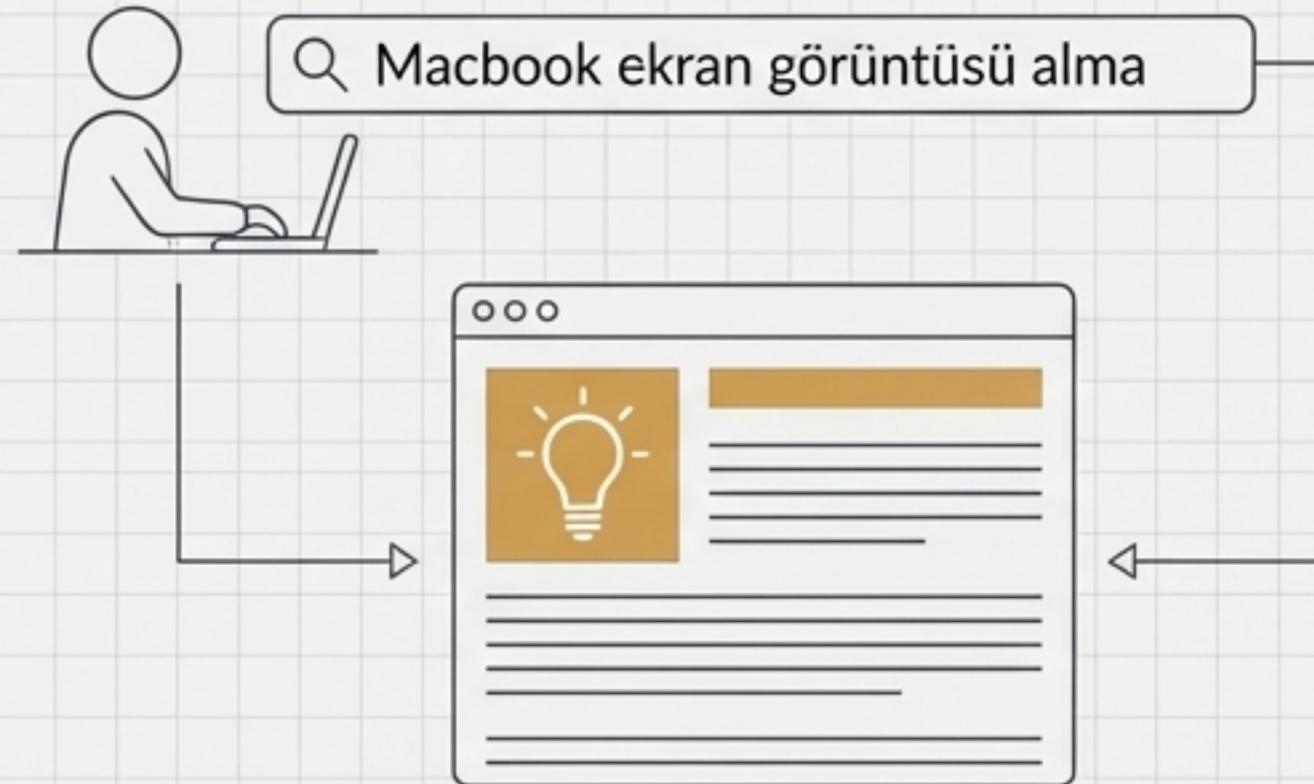
İNŞAATIN AMACI: ZİYARETÇİNİN NİYETİNİ ANLAMAK

Sağlam bir temel attık, harika bir mimari kurduk ve iyi bir itibar kazandık. Peki tüm bu evi kimin için inşa ettik? Her şey, kullanıcının arama yaparkenki niyetini anlamakla başlar.

Ticari Niyet



Bilgi Edinme Niyeti



En iyi SEO stratejisi, en iyi anahtar kelimeleri bulmak değil, o anahtar kelimeleri arayan insanın ihtiyacını en iyi şekilde karşılayan 'dijital evi' inşa etmektir. En iyi yolu ise, SERP'i (Arama Motoru Sonuç Sayfası) incelemektir. Benzer bir arama yapın ve kazananların neyi doğru yaptığı analiz edin.