



Arama Motoru Optimizasyonu (SEO) Rehberi





İÇİNDEKİLER

- 1.Öğe 01: SEO'ya Giriş
- 2.Öğe 02: Anahtar Kelime Arama
- 3.Öğe 03: Sayfa İçi SEO
- 4.Öğe 05: Sayfa Dışı SEO
- 5.Öğe 06: İçerik Pazarlaması ve SEO
- 6.Öğe 07: Yerel SEO
- 7.Öğe 08: Ölçme ve İzleme
- 8.Öğe 09: SEO En İyi Uygulamaları ve İpuçları

A blurred image of the Google search interface. The word 'Google' is prominently displayed in its multi-colored font. Below it is a search bar containing the characters 'q |'. To the right of the search bar are two buttons: 'Google Search' and 'I'm Feeling Lucky'.

ÖNSÖZ



Sevgili ihracatçılar,

Bu rehber, ihracat faaliyetlerinizde büyük önem taşıyan arama motoru optimizasyonu (SEO) konusuna odaklanıyor. Uluslararası pazarda başarılı olmak ve rekabet gücünüzü artırmak için SEO'nun gücünü keşfetmenizi sağlayacak pratik bilgileri içeriyor.

SEO, işletmelerin hedeflenen müşterilere ulaşmasını ve uluslararası pazarda görünürlüğünü artırmasını sağlayarak rekabet avantajı sunar. İyi optimize edilmiş bir web sitesi, marka bilinirliğini güçlendirir ve hedeflenen pazarlarda liderlik konumunuza katkı sağlar.

Bu rehber, ihracat faaliyetlerinizde dijital pazarlama stratejilerinizi güçlendirmek ve müşteri ihtiyaçlarına uygun çözümler sunmak için size rehberlik edecek.

Hepinize keyifli bir ihracat yolculuğu dileriz.

Abdullah OSKAY
BAZ Girişim Kurucusu





SEO'nun Tanımı ve Önemi:

- SEO (Arama Motoru Optimizasyonu), arama motoru sonuç sayfalarında (SERP'ler) görünürlüklerini ve sıralamalarını iyileştirmek için web sitelerini ve içeriği optimize etme uygulamasıdır.
- Google, Bing ve Yahoo gibi arama motorlarından organik (ücretsiz) trafik çekmeyi amaçlayan bir dizi strateji ve teknik içerir.
- SEO, işletmeler ve web sitesi sahipleri için çok önemlidir, çünkü çevrimiçi görünürlüklerini artırmaya yardımcı olur ve potansiyel müşterilerin onları bulmasını kolaylaştırır.
- Arama yapanlara alakalı ve değerli içerik sağlayarak, arama amacına uygun olarak kullanıcı deneyimini geliştirir.
- İyi yürütülen bir SEO stratejisi, artan web sitesi trafiğine, daha yüksek katılıma ve sonuç olarak daha fazla dönüşüm ve satışa yol açabilir.
- SEO, dijital pazarlamaya uzun vadeli bir yaklaşımdır ve etkileri zaman içinde birleşerek kalıcı faydalar sağlayabilir.
- Arama motorları algoritmalarını sürekli güncellediğinden, SEO en son ve en iyi uygulamalar ve endüstri trendleri ile güncel kalmayı gerektirir.

Arama Motorları Nasıl Çalışır?

- Arama motorları, web'deki bağlantıları izleyerek web sayfalarını keşfetmek için botları (aynı zamanda tarayıcı veya örümcek olarak da bilinir) kullanır.
- Bu botlar, web sayfalarının içeriğini indeksleyerek geniş bir bilgi veritabanı oluşturur.
- Bir kullanıcı bir arama sorgusu girdiğinde, arama motorunun algoritması, en alakalı ve faydalı sonuçları sunmak için dizine alınan verileri analiz eder.
- Algoritma, arama sonuçlarının sıralamasını belirlemek için anahtar kelime alaka düzeyi, web sitesi yetkisi, kullanıcı deneyimi ve daha fazlası gibi çeşitli faktörleri dikkate alır.

İşletmelerin SEO'ya başlamadaki en önemli hatalardan biri, strateji oluşturmadan veya plan yapmadan hemen işe koyulmaktır. SEO, dikkatli bir planlama ve analiz gerektiren uzun vadeli bir süreçtir.





İşletmeler için SEO'nun Faydaları

- Artan Organik Trafik: SEO, daha yüksek hacimli organik trafik çekerek daha fazla potansiyel müşterinin web sitesini keşfetmesine yol açabilir.
- Maliyet Etkinliği: Ücretli reklamcılıkla karşılaştırıldığında SEO, uzun vadede potansiyel müşteriler ve dönüşümler oluşturmak için uygun maliyetli bir yol sağlayabilir.
- Güvenilirlik ve Güven: Arama sonuçlarında üst sıralarda yer alan web siteleri, kullanıcılar tarafından genellikle daha güvenilir olarak algılanır.
- Rekabet Avantajı: Etkili SEO stratejileri, işletmelerin rakiplerini geride bırakmalarına ve sektörlerinde rekabet avantajı elde etmelerine yardımcı olabilir.
- Daha İyi Kullanıcı Deneyimi: Daha hızlı sayfa yükleme süreleri ve alakalı içerik gibi SEO odaklı iyileştirmeler, kullanıcı deneyimini ve katılımını geliştirir.
- Yerel Görünürlük: Yerel SEO taktikleri, yerel işletmelerin yerel arama sonuçlarında görünmesine, yaya trafiğini ve yerel müşteri kazanımını artırmaya yardımcı olur.
- Müşteri Davranışına İlişkin İçgörüler: SEO araçları ve analizleri, kullanıcı davranışı ve tercihleri hakkında değerli bilgiler sağlayarak pazarlama kararlarına yardımcı olur.
- Uzun Vadeli Pazarlama Stratejisi: SEO çabaları, uzun vadeli çevrimiçi görünürlük ve sürdürülebilir iş büyümesi için sağlam bir temel oluşturabilir.
- Algoritma Değişikliklerine Uyum: SEO stratejilerini algoritma güncellemelerine uyarlamak, web sitesinin arama motoru sıralamasını korumasını sağlar.
- Uluslararası Erişim: SEO, işletmelerin farklı diller ve konumlar için optimizasyon yaparak küresel olarak erişimlerini genişletmelerini sağlar.

SEO, işletmelere artan organik trafik, yüksek dönüşüm oranları, rekabet avantajı, artan marka bilinirliği, daha iyi kullanıcı deneyimi, uzun vadeli yatırım, analiz ve izleme imkanı sağlar.



İşletmeler için SEO'nun Faydaları

Türkiye'den örnek ve başarılı işletmeler, etkin SEO stratejileri kullanarak uluslararası pazarda rekabetçi bir konuma sahip olmuş ve ihracat faaliyetlerinde başarı elde etmiştir.

- Ölçülebilir Sonuçlar: SEO performansı, analitik yoluyla ölçülebilir ve işletmelerin stratejilerinin etkinliğini izlemesine olanak tanır.
- Mobil Optimizasyon: SEO, web sitelerinin artan sayıda mobil kullanıcı için çok uygun olmasını sağlayan mobil optimizasyonu içerir.
- Müşteri İhtiyaçlarına Bakış: Anahtar kelime araştırması ve SEO verileri, potansiyel müşterilerin ne aradığına dair değerli bilgiler sağlayabilir.
- Otorite Oluşturma: Yüksek kaliteli içerik ve geri bağlantılar, bir web sitesini kendi nişinde bir otorite olarak kurabilir, bu da daha fazla tanınma ve güvene yol açar.
- Daha İyi Dönüşüm Oranları: Belirli anahtar kelimeleri hedeflemek ve içeriği optimize etmek, daha yüksek dönüşüm oranlarına ve artan YG'ye yol açabilir.



Öge 02: Anahtar Kelime Arama

Anahtar Kelimeleri ve Türlerini Anlamak

İhracat SEO'su için yapılan anahtar kelime araştırmasında, sadece Türkçe anahtar kelimelerle sınırlanmak, hedeflenen ülkelerin ve kültürlerin dikkate alınmaması ve yetersiz anahtar kelime çeşitliliği gibi hatalardan kaçınılmalıdır.

- Anahtar kelimeler, kullanıcıların çevrimiçi olarak bilgi, ürün veya hizmet ararken arama motorlarına girdikleri temel kelimeler veya kelime öbekleridir.
- Kısa kuyruklu (ana) anahtar kelimeler, genellikle bir ila üç kelimedenden oluşan ve daha yüksek arama hacimleriyle ilişkilendirilen kısa ve genel ifadelerdir.
- Uzun kuyruklu anahtar kelimeler, üç veya daha fazla kelime içeren daha spesifik ve daha uzun kelime öbekleridir. Genellikle daha düşük arama hacimlerine sahiptirler, ancak daha yüksek kullanıcı amacı ve dönüşüm potansiyeli sergilerler.
- Ticari amaçlı anahtar kelimeler, bir kullanıcının bir ürün veya hizmeti satın almaya olan ilgisini gösterir ve bu da onları e-ticaret web siteleri için değerli kılar.
- Bilgi amaçlı anahtar kelimeler, kullanıcıların belirli bir konu hakkında bilgi aradıklarını göstererek onları blog gönderileri ve eğitim içeriği için uygun hale getirir.
- Gezinme amacına yönelik anahtar kelimeler, kullanıcıların belirli bir web sitesini veya markayı aradıklarını gösterir; bu, marka görünürlüğü ve itibar yönetimi için çok önemlidir.
- İşlemsel amaç anahtar kelimeleri, bir kullanıcının "satın al", "sipariş et" veya "fiyat teklifi al" gibi bir işlemi tamamlamaya yönelik açık niyetini yansıtır.



Öğe 02: Anahtar Kelime Arama

Anahtar Kelime Araştırma Araçları:

- Google Anahtar Kelime Planlayıcı: Google'ın arama ağına dayalı olarak anahtar kelime fikirleri, arama hacimleri ve geçmiş verileri sağlayan ücretsiz bir Google aracı.
- SEMrush: Kapsamlı anahtar kelime araştırması, rakip analizi ve içerik optimizasyonu özellikleri sunan güçlü bir SEO aracı.
- Ahrefs: Derinlemesine anahtar kelime verileri, geri bağlantı analizi ve rakip araştırması sağlayan bir başka popüler SEO aracı.
- Moz Anahtar Kelime Gezgini: Alakalı anahtar kelimeleri keşfetmeye yardımcı olan ve anahtar kelime zorluğu ve fırsat puanları da dahil olmak üzere SEO için değerli ölçümler sağlayan bir araç.
- Ubersuggest: Anahtar kelime önerileri, arama hacmi verileri ve alakalı anahtar kelime fikirleri sunan ücretsiz bir anahtar kelime araştırma aracı.

Anahtar Kelime Rekabetini ve Arama Hacmini Analiz Etmek:

- Anahtar Kelime Rekabeti: Bir anahtar kelime için halihazırda sıralanan web sitelerinin sayısını ve yetkisini analiz ederek rekabet düzeyini değerlendirmek.
- SERP Analizi: Anahtar kelime için rekabet düzeyini ve içerik sıralamasının kalitesini anlamak için arama motoru sonuç sayfasının (SERP) değerlendirilmesi.
- Etki Alanı Otoritesi: Rekabet gücünü ölçmek için Moz'un Etki Alanı Otoritesi metriği gibi araçları kullanarak üst düzey web sitelerinin etki alanı yetkisini kontrol etme.
- Backlink Analizi: Belirli bir anahtar kelime için sıralamanın zorluğunu anlamak için en iyi rakiplerin backlink profillerini araştırmak.
- İçerik Uygunluğu: Potansiyel boşlukları ve fırsatları belirlemek için konuyla ilgili mevcut içeriğin alaka düzeyini ve kalitesini değerlendirmek.



Öğe 02: Anahtar Kelime Arama

Uzun Kuyruklu Anahtar Kelimeler ve Önemleri:

- **Düşük Rekabet:** Uzun kuyruklu anahtar kelimeler genellikle daha az rekabetle karşı karşıya kalır ve bu da web sitelerinin arama sonuçlarında daha üst sıralarda yer alması için bir fırsat sağlar.
- **Daha Yüksek Alaka Düzeyi:** Uzun kuyruklu anahtar kelimeler, belirli ihtiyaçları veya amacı olan kullanıcılar için daha iyi hedefleme sunarak daha alakalı trafiğe yol açar.
- **Artan Dönüşüm Oranı:** Uzun kuyruklu anahtar kelimelerle arama yapan kullanıcılar genellikle satın alma kararı vermeye daha yakındır ve bu da daha yüksek dönüşüm oranları sağlar.
- **Sesli Arama:** Uzun kuyruklu anahtar kelimeler, insanlar konuşma dilinde doğal olarak soru sorma eğiliminde olduğundan, sesli aramalarda sıklıkla kullanılır.
- **Öne Çıkan Snippet'ler:** Uzun kuyruklu anahtar kelimelerin, öne çıkan snippet'leri tetikleme, görünürlüğü artırma ve daha fazla organik trafik çekme şansı daha yüksektir.



Öğe 03: Sayfa İçi SEO

İhracat SEO'su yapılırken en büyük hata, sayfa içi optimizasyonu yeterince dikkate almadan, içeriklerin hedeflenen uluslararası müşterilere uygun şekilde optimize edilmemesidir.

Başlık Etiketleri, Meta Açıklamalar ve URL Optimizasyonu:

- Başlangıca yakın ilgili anahtar kelimeleri dahil ederek her sayfa için benzersiz ve açıklayıcı başlık etiketleri oluşturun.
- Arama sonuçlarında düzgün görüntülediğinden emin olmak için başlık etiketi uzunluğunu yaklaşık 50-60 karakterle sınırlayın.
- Kullanıcıları sayfanıza tıklamaya teşvik eden ilgi çekici meta açıklamaları (yaklaşık 150-160 karakter) yazın.
- Meta açıklamaya doğal olarak hedef anahtar kelimeler ekleyin, ancak anahtar kelime doldurmaktan kaçının.
- URL'leri hem arama motorları hem de kullanıcılar için kısa, alakalı ve okunabilir tutun.
- Okunabilirliği artırmak için URL yapısındaki kelimeleri ayırmak için kısa çizgiler kullanın.
- Dinamik URL'leri daha arama motoru dostu hale getirmek için gereksiz parametreleri ve oturum kimliklerini kaldırın.
- Birden çok URL'de yinelenen içerik sorunlarını önlemek için standart etiketler uygulayın.
- Bağlantı eşitliğini korumak ve bozuk bağlantıları önlemek için URL'leri yeniden yapılandırırken URL yönlendirmelerini (301 yönlendirmeleri) kullanın.
- Sorunsuz bir kullanıcı deneyimi sağlamak için bozuk bağlantıları (404 hataları) düzenli olarak kontrol edin ve düzeltin.

Başlık Etiketleri (H1, H2, H3 vb.) ve Rollerini:

- Sayfa başına tek bir H1 etiketi kullanın ve içeriğin ana konusunu net bir şekilde özetlediğinden emin olun.
- Alt konuları ayırmak için H2, H3 ve diğer başlık etiketlerini kullanarak içeriği hiyerarşik olarak düzenleyin.



Öğe 03: Sayfa İçi SEO

- İçeriğin arama motorlarına uygunluğunu belirtmek için ilgili başlık etiketlerine hedef anahtar kelimeler ekleyin.
- Başlık etiketlerinin kullanıcılar ve arama motoru tarayıcıları için okunması ve anlaşılması kolay olduğundan emin olun.
- Kullanıcı deneyimini iyileştirebilecek, iyi yapılandırılmış ve taranabilir içerik oluşturmak için başlık etiketlerini kullanın.
- Arama motorlarının kafasını karıştırabileceğinden, başlık etiketlerini yalnızca biçimlendirme amacıyla kullanmaktan kaçının.
- Net bir içerik yapısı oluşturmak için farklı sayfalarda başlık etiketi kullanımında tutarlılığı koruyun.
- Görsel dengeyi korumak ve kullanıcıları bunaltmaktan kaçınmak için başlık etiketlerinin uzunluğunu optimize edin.
- Genel kullanıcı sorgularını yanıtlayan içerik bölümleri oluşturmak için başlık etiketlerini stratejik olarak kullanın.
- Konuyla alakalı düzeyi oluşturmak ve SEO'yu iyileştirmek için başlık etiketlerini sayfadaki diğer öğelerle (dahili bağlantılar gibi) birleştirin.

Anahtar Kelime Yerleştirme ve İçerik Optimizasyonu:

- Her sayfa için alakalı ve değerli hedef anahtar kelimeleri belirlemek için kapsamlı anahtar kelime araştırması yapın.
- Daha iyi arama motoru görünürlüğü için birincil anahtar kelimeleri sayfanın başlık etiketine, meta açıklamasına ve URL'sine yerleştirin.
- Birincil ve alakalı anahtar kelimeleri içeriğe doğal bir şekilde dahil ederek, içeriğin kullanıcılar için sorunsuz okunmasını sağlayın.
- İçeriği yapılandırmak için başlık etiketlerini (H1, H2 vb.) kullanın ve uygun olduğunda başlıklara ilgili anahtar kelimeleri ekleyin.
- Anahtar kelime doldurmaktan kaçının; bunun yerine, kullanıcının amacını karşılayan değerli bilgiler sağlamaya odaklanın.



Öğe 03: Sayfa İçi SEO

- İçeriğin arama motorlarına uygunluğunu göstermek için LSI (Gizli Semantik İndeksleme) anahtar kelimelerini kullanın.
- Arama sonuçlarında daha iyi performans gösterme eğiliminde olduğundan, uygun olduğunda daha uzun biçimli içeriği hedefleyin.
- Farklı kullanıcı arama sorgularına hitap etmek için anahtar kelime varyasyonlarını ve eş anlamlılarını uygulayın.
- Bağlamı geliştirmek için dahili ve harici bağlantılar için açıklayıcı ve anahtar kelime açısından zengin bağlantı metni kullanın.
- İçeriği alakalı ve değerli tutmak için düzenli olarak güncelleyin ve yenileyin, arama motorlarına sayfanın güncel ve yararlı olduğu sinyalini verin.

Görüntü Optimizasyonu ve Alt Etiketler:

- Dosya boyutunu küçültmek ve sayfa yükleme hızını artırmak için görüntüleri sıkıştırın.
- İlgili anahtar sözcükleri içeren, sözcükleri tirelerle ayırarak açıklayıcı dosya adları kullanın.
- Görme engelli kullanıcılara yardımcı olmak ve SEO'yu geliştirmek için açıklayıcı, anahtar kelime açısından zengin metinle resim alt özelliklerini optimize edin.
- Görüntünün neyi temsil ettiğini açıklayan alt etiketlerde ilgili bağlamı sağlayın.
- Arama motorlarının web sitenizdeki resimleri indekslemesini ve anlamasını sağlamak için resim site haritalarını kullanın.
- Arama sonuçlarının görsel görünümünü iyileştirmek için resim şeması işaretlemesini kullanmayı düşünün.
- Doğru görüntülediğinden emin olmak için web sitesinin resimlerini çeşitli cihazlarda ve ekran boyutlarında test edin.
- Görüntü otoritesini korumak için görüntüleri harici kaynaklardan yerleştirmek yerine alanınızda barındırın.



Öğe 03: Sayfa İçi SEO

- Resimlerin içerikle alakalı olduğundan ve kullanıcı deneyimine katkıda bulunduğundan emin olun.
- Görüntülerin farklı cihazlara uygun şekilde ayarlanmasını sağlamak için duyarlı tasarım uygulayın.

Dahili Bağlantı Yapısı:

- Net bir web sitesi yapısı oluşturmak için iyi düşünülmüş bir bilgi mimarisi oluşturun.
- Arama motorlarına ve kullanıcılara bağlam sağlamak için dahili olarak bağlantı kurarken açıklayıcı bağlantı metni kullanın.
- Kullanıcıları web sitesinin içeriğinde yönlendirmek için alakalı ve ilgili içeriğe bağlantı.
- Otoritelerini artırmak için mihenk taşı içeriğine veya önemli sayfalara bağlantı vermeye öncelik verin.
- Sayfanın site hiyerarşisindeki konumunu belirtmek için içerik haritası gezintisini kullanın.
- Arama motorlarının dahili sayfalarınızı etkili bir şekilde taramasına ve dizine eklemesine yardımcı olacak bir site haritası uygulayın.
- Bozuk veya güncelliğini yitirmiş dahili bağlantıları kontrol etmek ve bunları derhal düzeltmek için periyodik denetimler yapın.
- Kullanıcı deneyimini bozabileceğinden, içerik içinde aşırı dahili bağlantılardan kaçının.
- Okuyucuları web sitesini keşfetmeye teşvik eden değerli ve alakalı içerik oluşturmaya odaklanın.
- İyileştirme alanlarını belirlemek için analitik araçları aracılığıyla dahili bağlantı performansını izleyin.



Öge 04: Teknik SEO

Web Sitesi Hızı Optimizasyonu:

- Güvenilir ve hızlı bir web barındırma hizmeti kullanın.
- Dosya boyutunu azaltmak için görüntüleri optimize edin ve sıkıştırın.
- Statik kaynakları yerel olarak depolamak için tarayıcı önbelleğini etkinleştirin.
- Boyutlarını küçültmek için CSS, JavaScript ve HTML dosyalarını küçültün.
- İçeriği küresel olarak dağıtmak için bir İçerik Dağıtım Ağı (CDN) kullanmayı düşünün.
- İlk sayfa yükleme süresini iyileştirmek için görüntüler ve videolar için yavaş yüklemeyi kullanın.
- CSS ve JavaScript dosyalarını birleştirerek HTTP isteklerinin sayısını azaltın.
- Veri aktarımı sırasında web sitesi dosyalarını sıkıştırmak için GZIP sıkıştırmasını etkinleştirin.
- Sunucu işleme ve veritabanı sorgularını en aza indirerek sunucu yanıt süresini optimize edin.
- Google PageSpeed Insights veya GTmetrix gibi araçları kullanarak web sitesi hızını düzenli olarak izleyin ve gerekli iyileştirmeleri yapın.

Mobil Duyarlılık ve Kullanılabilirlik:

- Farklı ekran boyutlarına ve cihazlara sorunsuz bir şekilde uyum sağlayan duyarlı bir tasarımı benimseyin.
- Düzgün görüntü ve işlevsellik sağlamak için web sitesini çeşitli mobil cihazlarda test edin.
- Dokunmatik kullanılabilirliği geliştirmek için büyük ve kolayca tıklanabilir düğmeler kullanın.
- Mobil okunabilirlik için yazı tipi boyutlarını ve aralığı optimize edin.

İhracat faaliyetlerinde teknik SEO yapmadan dijital pazarlama uygulamak, web sitesinin arama motorları tarafından yeterince anlaşılmamasına ve görünürlüğünün düşük kalmasına yol açacak en büyük hatadır.



Öğe 04: Teknik SEO

- Mobil uyumlu formlar uygulayın ve Flash veya diğer mobil uyumlu olmayan öğeleri kullanmaktan kaçının.
- Daha iyi bir kullanıcı deneyimi için web sitesinin mobil yükleme hızını test edin ve iyileştirin.
- Mobil kullanılabilirliği engelleyen araya giren pop-up'lardan ve geçiş reklamlarından kaçının.
- Videoların ve multimedya içeriğinin mobil cihazlarda oynatılabilir olduğundan emin olun.
- İçeriği tasarlarken ve optimize ederken mobil öncelikli bir yaklaşım uygulayın.
- Mobil kullanılabilirlik sorunlarını kontrol etmek ve düzeltmek için Google'ın Mobil Uyumluluk Testinden yararlanın.

Site Mimarisi ve Gezinme:

- Net bir hiyerarşi ile mantıklı ve kullanıcı dostu bir web sitesi yapısı tasarlayın.
- Kullanıcıların site içindeki konumlarını anlamalarına yardımcı olmak için kırıntı gezintisini kullanın.
- Kullanıcı dostu ve açıklayıcı bir URL yapısı uygulayın.
- Arama motorlarının siteyi indekslemesine ve sitede gezinmesine yardımcı olması için HTML ve XML site haritalarını kullanın.
- Tüm sayfalarda tutarlı ve anlaşılması kolay bir gezinme menüsü kullanın.
- Arama motorlarına bağlam sağlamak için dahili bağlantılar için bağlantı metnini optimize edin.
- Kullanıcıları daha fazla içerik keşfetmeye teşvik etmek için ilgili yayınları veya ürün önerilerini kullanın.
- Aşırı açılır menüler veya iç içe geçmiş gezinme öğeleri kullanmaktan kaçının.



Öğe 04: Teknik SEO

- Ana sayfadan birkaç tıklamayla önemli sayfalara erişilebildiğinden emin olun.
- Bozuk bağlantıları düzenli olarak kontrol edin ve derhal düzeltin.

XML Site Haritası ve robots.txt dosyaları:

- Bir XML site haritası oluşturun ve bunu Google Arama Konsoluna ve diğer arama motorlarına gönderin.
- XML site haritasının tüm temel sayfaları içerdiğinden ve dizine eklenemeyen içeriği hariç tuttuğundan emin olun.
- Web sitesinin en güncel sürümünü yansıtmak için XML site haritasını düzenli olarak güncelleyin.
- Arama motorlarına sitenin hangi bölümlerinin taranacağını ve dizine ekleneceğini bildirmek için robots.txt dosyasını kullanın.
- Robots.txt dosyasında yanlışlıkla sitenin önemli sayfalarını veya bölümlerini engellemekten kaçının.
- Google Search Console'daki robots.txt Tester'ı kullanarak robots.txt dosyasını test edin.
- Kolay erişim için robots.txt dosyasını web sitesinin kök dizinine yerleştirin.
- Arama motoru tarayıcılarının sitedeki davranışını belirtmek için "User-agent" yönergesini kullanın.
- Arama motoru tarayıcılarının belirli sayfalara veya dizinlere erişmesini engellemek için "Disallow" yönergesini kullanın.
- Web sitesinin yapısı ve içeriği değiştikçe robots.txt dosyasını düzenli olarak izleyin ve güncelleyin.

Yinelenen İçerik Sorunlarını Ele Alma:

- Yinelenen sayfaların tercih edilen sürümünü belirtmek için kurallı etiketleri kullanın.



Öğe 04: Teknik SEO

- Kullanıcıları ve arama motorlarını yinelenen URL'lerden standart sürüme yönlendirmek için 301 yönlendirmeleri ayarlayın.
- Aynı sayfanın farklı URL'lerle birden çok sürümünü oluşturmaktan kaçının.
- Yinelenen içerik sorunlarını önlemek için tutarlı URL yapıları kullanın.
- Siteliner veya Screaming Frog gibi araçları kullanarak yinelenen içerik sorunlarını kontrol edin.
- Yineleme sorunlarını belirlemek ve çözmek için Google Search Console'un "Yinelenen URL" raporunu kullanın.
- Yinelenen içerik sorunlarına yol açabilecek içerik sendikasyonundan kaçının.
- Yinelemeyi önlemek için baskı sürümlerinin veya yazıcı dostu sayfaların dizine eklenmesini önleyin.
- Potansiyel yinelenen içerik için kullanıcı tarafından oluşturulan içeriği (ör. yorumlar, incelemeler) izleyin.
- Yinelenen içerik için web sitesini düzenli olarak denetleyin ve sorunları derhal giderin.



Öğe 05: Sayfa Dışı SEO

Geri Bağlantıları ve Önemi Anlamak:

- Geri Bağlantıların Tanımı: Gelen bağlantılar veya gelen bağlantılar olarak da bilinen geri bağlantıların ne olduğunu ve bir web sitesinin otoritesi ve alaka düzeyi için nasıl "oy" olarak işlev gördüklerini açıklayın.
- Bağlantı Alaka Düzeyi ve Yetki: İlgili ve yetkili geri bağlantıların önemini vurgulayın. Saygın, sektörle ilgili web sitelerinden gelen geri bağlantılar, arama motorlarında daha fazla ağırlık taşır.
- Link Juice ve PageRank: Backlinkler aracılığıyla bir web sayfasından diğerine geçirilen değeri belirleyen link juice kavramını ve Google'ın PageRank algoritmasını tanıtır.
- Takip ve Nofollow Bağlantıları: SEO'yu nasıl etkilediklerini ve arama motorlarının tarama ve dizine ekleme için hangi bağlantıları kullandığını açıklayarak, takip ve takip etmeyen bağlantılar arasında ayrım yapın.
- Bağlantı Çeşitliliği: Çeşitli alanlardan, web sitesi türlerinden ve bağlantı metinlerinden gelen bağlantılar dahil olmak üzere çeşitli bir geri bağlantı profiline sahip olmanın önemini vurgulayın.
- Doğal ve Doğal Olmayan Geri Bağlantılar: Doğal ve doğal olmayan geri bağlantılar arasındaki farkı tartışın. Ücretli bağlantılar veya bağlantı şemaları gibi doğal olmayan geri bağlantılar cezalara neden olabilir.
- Geri Bağlantıları İzleme: Web sitesi sahiplerinin bağlantı oluşturma çabalarının kalitesini ve etkisini değerlendirmelerine olanak tanıyan, geri bağlantıları izlemek ve analiz etmek için araçlar sunun.
- Rakip Geri Bağlantı Analizi: Rakiplerin geri bağlantılarını analiz etmenin başarılı bir bağlantı profili oluşturmak için nasıl değerli içgörüler ve ilham sağlayabileceğini açıklayın.
- Geri Bağlantı Kazanma: Diğer web sitelerinden ve bloglardan organik geri bağlantılar çekmek için değerli, paylaşılabilir içerik oluşturulmasını teşvik edin.
- Kötü Geri Bağlantıları Reddetmek: SEO'yu olumsuz etkileyebilecek zararlı veya düşük kaliteli geri bağlantıları kaldırmak veya reddetmek için Google'ın Reddetme Aracını nasıl kullanacağınızı öğretin.

Sayfa dışı SEO'da ihracat faaliyetlerinde yapılan en büyük hata, kalitesiz veya spam geri bağlantılarla çalışmak ve doğru hedeflenmeyen uluslararası sitelerden geri bağlantı sağlamamaktır.



Öğe 05: Sayfa Dışı SEO

Yüksek Kaliteli Geri Bağlantılar Oluşturma:

- İçerik Oluşturma ve Promosyon: Diğer web sitelerinden doğal olarak geri bağlantı çeken yüksek kaliteli, bağlantıya uygun içerik oluşturmanın önemini vurgulayın.
- Konuk Gönderme: İlgili konuk gönderme fırsatlarını nasıl bulacağınız ve geri bağlantı kazanmak için diğer web siteleri için nasıl değerli içerik oluşturacağınız konusunda okuyuculara rehberlik edin.
- Kırık Bağlantı Oluşturma: Kırık bağlantı oluşturma stratejisini açıklayın; burada, başka web sitelerinde bozuk bağlantılar bulunur ve kendi içerikleri yedek olarak sunulur ve bir geri bağlantı kazanır.
- İnfografikler ve Görsel İçerik: Çeşitli platformlarda paylaşıldığında, infografiklerin ve diğer görsel içeriğin geri bağlantıları çekmedeki etkinliğini vurgulayın.
- Erişim ve Ağ Oluşturma: İçeriği tanıtmak ve geri bağlantılara yol açan ilişkiler kurmak için diğer web sitesi sahiplerine, etkileyicilere ve sektör liderlerine nasıl ulaşılabileceğine dair ipuçlarını paylaşın.
- Bağlantı Geri Kazanımı: Adı geçmeyen marka sözlerinin geri alınması ve bunların geri bağlantılara dönüştürülmesi sürecini açıklayın.
- İşbirlikçi İçerik: Her iki tarafın izleyicilerinden geri bağlantılar çeken ortak markalı içerik oluşturmak için diğer içerik yaratıcıları, işletmeler veya etkileyicilerle işbirliğini teşvik edin.
- Halkla İlişkiler ve Medya Kapsamı: Halkla ilişkiler çabalarının ve medya kapsamının, saygın haber kaynaklarından ve sektöre özel yayınlardan nasıl geri bağlantılara yol açabileceğini gösterin.
- Görüşler ve İncelemeler: Ürün veya hizmet sağlayıcılara, genellikle web sitesine bir geri bağlantıyla birlikte, referanslar veya incelemeler sağlamak için ulaşmayı önerin.
- Yerel Bağlantı Oluşturma: Yerel işletme dizinlerinden, topluluk web sitelerinden ve diğer yerel kaynaklardan geri bağlantı almak için stratejiler paylaşın.



Öğe 05: Sayfa Dışı SEO

Sosyal Medya ve SEO:

- Sosyal Medya Sinyalleri: Paylaşımlar, beğeniler ve yorumlar gibi sosyal medya etkinliklerinin bir web sitesinin görünürlüğünü ve trafiğini artırarak SEO'yu dolaylı olarak nasıl etkileyebileceğini açıklayın.
- Sosyal Medya Profilleri: Keşfedilebilirliği artırmak için ilgili anahtar kelimeler ve tutarlı bir marka imajı ile sosyal medya profillerinin optimizasyonunu teşvik edin.
- İçerik Promosyonu: Potansiyel olarak geri bağlantılara ve artan organik erişime yol açan, içeriği tanıtmaya ve katılımı çekmede sosyal medyanın rolünü vurgulayın.
- Sosyal Yer İşareti: Sosyal yer işareti platformlarını ve bunların belirli web sayfalarının görünürlüğünü ve trafiğini artırmaya nasıl yardımcı olabileceklerini tanıtır.
- Sosyal Medya Paylaşım Butonları: Ziyaretçilerin kolay paylaşım yapabilmesi için web sitesi içeriğine sosyal paylaşım butonları eklemenin önemini vurgulayın.
- Takipçilerle Etkileşim Kurma: Sadık bir kitle oluşturmak ve içeriğin paylaşılma şansını artırmak için takipçilerle aktif etkileşimi savunun.
- Sosyal Medya Reklamcılığı: Daha geniş bir kitleye ulaşmak ve web sitesine trafik çekmek için ücretli sosyal medya reklamcılığı kullanmanın potansiyel faydalarını tartışın.
- Influencer Marketing: Sosyal medya fenomenleri ile ortaklık kurmanın marka bilinirliğini nasıl artırabileceğini ve potansiyel olarak geri bağlantılara yol açabilecek yeni kitleler çekebileceğini açıklayın.
- Sosyal Medya Performansını İzleme: Sosyal medya çabalarının performansını izlemek ve stratejileri buna göre ayarlamak için sosyal medya analiz araçlarının kullanılmasını önerin.
- Sosyal ve SEO Stratejilerini Entegre Etme: Uyumlu bir çevrimiçi varlık oluşturmak ve genel çevrimiçi görünürlüğü artırmak için sosyal medya ve SEO stratejilerini uyumlu hale getirmenin önemini vurgulayın.



Öğe 05: Sayfa Dışı SEO

Bağlantı Oluşturma için Etkileyici Sosyal Yardım:

- Etkileyenleri Belirleme: Niş veya sektördeki ilgili etkileyicileri nasıl bulacağınızı ve erişimlerini ve otoritelerini nasıl değerlendireceğinizi öğretin.
- İlişki Kurma: Etkileyici kişilerle etkileşim, içeriklerini paylaşma ve değer sağlama yoluyla nasıl gerçek ilişkiler kurulacağı konusunda okuyuculara rehberlik edin.
- Kişiselleştirilmiş Erişim: Geri bağlantı veya iş birliği talep ederken etkileyicilere kişiselleştirilmiş erişim mesajları hazırlamanın önemini vurgulayın.
- Değer Sunma: Etkileyicilere, geri bağlantı karşılığında özel içerik veya ürün veya hizmetlere erken erişim gibi değerli şeyler sunmaya teşvik edin.
- İşbirlikçi İçerik: Etkileyicilerle içerik oluşturma konusunda işbirliği yapmayı ve bunu karşılıklı olarak tanıtmayı önerin, bu da takipçilerinden geri bağlantılara yol açabilir.
- Konuk Katkıları: Bir etkileyicinin bloguna veya platformuna konuk gönderileri veya içeriği katkıda bulunmayı, değerli bir geri bağlantı kazanmayı ve hedef kitleyi genişletmeyi savunun.
- Sponsorlu Gönderiler: Potansiyel olarak geri bağlantılara ve artan görünürlüğe yol açan bir etkileyicinin platformundaki içeriğe sponsor olma seçeneğini tartışın.
- Influencer Kampanyalarına Katılmak: Artan teşhir ve geri bağlantılarla sonuçlanabilecek, influencer liderliğindeki kampanyalara veya etkinliklere katılımı teşvik edin.
- Sonuçları İzleme ve Ölçme: Etkileyenlere ulaşma çabalarının etkisini ölçmek ve bağlantı kurma kampanyalarının başarısını değerlendirmek için analitik kullanılmasını önerin.
- Uzun Vadeli İlişkiler Kurmak: Geri bağlantılar ve karşılıklı yarar sağlayan fırsatlar kazanmaya devam etmek için etkileyicilerle uzun vadeli ilişkiler geliştirmenin önemini vurgulayın.



Öğe 06: İçerik Pazarlaması ve SEO

Değerli ve ilgi çekici içerik oluşturma:

- Kendilerinde yankı uyandıran içeriği uyarlamak için hedef kitlenizin ihtiyaçlarını ve tercihlerini anlayın.
- Doğru ve anlayışlı bilgi sağlamak için konuyla ilgili kapsamlı araştırma yapın.
- İçeriğinizi daha çekici ve ilişkilendirilebilir hale getirmek için hikaye anlatma tekniklerini kullanın.
- İçeriğin çekiciliğini artırmak için ilgili görseller, çizelgeler ve grafikler gibi görseller ekleyin.
- Puanlarınızı göstermek ve içeriğinize güvenilirlik katmak için gerçek hayattan örnekler ve vaka çalışmaları kullanın.
- Okuyucuların günlük yaşamlarında veya işlerinde uygulayabilecekleri eyleme geçirilebilir ipuçları ve çıkarımlar ekleyin.
- Yorumlar, sosyal paylaşım ve harekete geçirici mesajlar (CTA'lar) yoluyla kullanıcı katılımını teşvik edin.
- Zaman içinde kullanıcılar için alakalı ve değerli kalmasını sağlamak için içeriğinizi düzenli olarak güncelleyin ve yenileyin.
- Farklı tercihlere hitap etmek için blog gönderileri, kılavuzlar, podcast'ler ve e-Kitaplar gibi farklı içerik biçimleriyle denemeler yapın.
- Kitlenizde neyin en iyi yankı uyandırdığını belirlemek için sayfada geçirilen süre ve hemen çıkma oranı gibi içerik performansı ölçümlerini analiz edin.

İçerik uzunluğu, biçimi ve okunabilirliği:

- Bilgilendirici olacak kadar uzun, ancak okuyucunun ilgisini çekecek kadar kısa olacak şekilde içerik uzunluğunda bir denge sağlamaya çalışın.
- Kolay gezinme için başlıkları, alt başlıkları ve madde işaretlerini kullanarak içeriği taranabilir bölümlere ayırın.

**İhracat
SEO'sunda içerik pazarlamasında yapılan en büyük hata, hedeflenen uluslararası müşterilere uygun içerikler oluşturmadan veya yetersiz içerik sağlamadan pazarlama çabalarına başlamaktır.**



Öğe 06: İçerik Pazarlaması ve SEO

- Okunabilirliği artırmak ve bunaltıcı okuyuculardan kaçınmak için kısa paragraflar ve cümleler kullanın.
- Yazı tipi boyutunun, stilinin ve renk kontrastının kullanıcı dostu ve erişilebilir olduğundan emin olun.
- İnternet kullanıcılarının artan mobil kullanımını göz önünde bulundurarak içeriğinizi mobil cihazlar için optimize edin.
- İçeriğinize nefes alma alanı sağlamak ve görsel çekiciliği artırmak için beyaz alanı stratejik olarak dahil edin.
- Uzun metin parçalarını bölmek için resimler, infografikler ve videolar gibi multimedya öğelerinin bir karışımını kullanın.
- İçeriğinizin genel estetiğini göz önünde bulundurun, görsel olarak çekici ve markayla uyumlu hale getirin.
- Hedef kitlenizde neyin en iyi yankı uyandırdığını belirlemek için farklı içerik biçimlerini ve uzunluklarını test edin.
- Yayınlamadan önce her zaman dilbilgisi, imla ve netlik için içeriğinizi düzeltin ve düzenleyin.

Anahtar kelimeleri içerikte doğal olarak kullanmak:

- İçeriğiniz için alakalı ve yüksek trafik alan anahtar kelimeleri belirlemek için kapsamlı anahtar kelime araştırması yapın.
- Arama görünürlüğünü artırmak için birincil anahtar kelimeleri içeriğinizin başlığına ve meta açıklamasına entegre edin.
- Varyasyonları ve uzun kuyruklu aramaları yakalamak için içeriğin tamamına ikincil anahtar kelimeler serpiştirin.
- Anahtar kelime doldurmak yerine kullanıcının arama amacına hitap eden yüksek kaliteli, bilgilendirici içerik oluşturmaya odaklanın.
- İçeriğin arama motorlarıyla alaka düzeyini belirtmek için başlıklarda ve alt başlıklarda anahtar kelimeler kullanın.



Öğe 06: İçerik Pazarlaması ve SEO

- İçeriğin bağlamını ve alaka düzeyini belirlemek için giriş ve sonuç bölümlerinde anahtar kelimeler kullanın.
- Erişilebilirliği ve indekslemeyi iyileştirmek için resim alt etiketlerine anahtar kelimeler ekleyin.
- İçeriği zenginleştirmek ve daha doğal hale getirmek için eşanlamlılar ve ilgili terimler kullanın.
- İçeriğin akışına sorunsuz bir şekilde uymasını ve okunabilirliği bozmasını sağlayarak anahtar kelime yerleşimine dikkat edin.
- Anahtar kelime eğilimlerine ve kullanıcı arama davranışındaki değişikliklere göre içeriğinizi düzenli olarak güncelleyin ve optimize edin.

Multimedya içeriğinin kullanılması (videolar, infografikler, vb.):

- Öğreticiler, ürün demoları veya hikaye anlatımı yoluyla değer sunan ilgi çekici videolar oluşturun.
- Açıklayıcı başlıklar, etiketler ve anahtar kelime açısından zengin açıklamalar kullanarak video içeriğini SEO için optimize edin.
- İçeriği arama motorları ve kullanıcılar için erişilebilir kılmak için video transkriptlerinden yararlanın.
- Karmaşık bilgileri sindirilebilir bir biçimde sunan görsel olarak çekici infografikler oluşturun.
- Kullanıcıları multimedya içeriğinizi çeşitli platformlarda paylaşmaya teşvik etmek için sosyal paylaşım düğmeleri ekleyin.
- Güvenilirlik eklemek ve içeriğinizin erişimini genişletmek için etkileyiciler veya sektör uzmanlarıyla işbirliği yapın.
- Müşterileri markanız veya ürünlerinizle ilgili videolar oluşturmaya ve paylaşmaya teşvik ederek kullanıcı tarafından oluşturulan içerikten (UGC) yararlanın.
- Etkileşimi ve sayfada geçirilen süre metriklerini geliştirmek için multimedya içeriğini blog gönderilerine veya açılış sayfalarına yerleştirin.



Öğe 06: İçerik Pazarlaması ve SEO

- Görüntülemeler, paylaşımlar ve dönüşümler gibi ölçümlerle multimedya içeriğinin performansını izleyin ve analiz edin.
- Multimedya içeriğinizin mobil uyumlu olduğundan ve sorunsuz bir kullanıcı deneyimi için optimize edildiğinden emin olun.



Öğe 07: Yerel SEO



Yerel Arama Sonuçları için Optimizasyon:

- Yerel Anahtar Kelime Araştırması: Bölgenizdeki ürün veya hizmetleri ararken potansiyel müşterilerin kullanabileceği konuma özgü anahtar kelimeleri belirleyin ve hedefleyin.
- Konum Sayfaları: Web sitenizde her bir fiziksel konum veya hizmet alanı için adres, telefon numarası, çalışma saatleri ve benzersiz içerik gibi alakalı bilgiler içeren özel sayfalar oluşturun.
- NAP Tutarlılığı: Karışıklığı önlemek ve güvenilirliği artırmak için işletme adınızın, adresinizin ve telefon numaranızın (NAP) web sitenizde, Google Benim İşletmem'de ve yerel dizinlerde tutarlı olduğundan emin olun.
- Yerelleştirilmiş İçerik: Hizmet verdiğiniz belirli coğrafi bölgedeki hedef kitlenizle alakalı yerel ihtiyaçlara, olaylara veya konulara hitap eden içerik geliştirin.
- Yerel Yapılandırılmış Veri İşaretleme: Arama motorlarına işletmeniz hakkında çalışma saatleri, incelemeler ve adres gibi yapılandırılmış bilgiler sağlamak için şema işaretleme uygulayın ve yerel alaka düzeyinizi daha iyi anlamalarına yardımcı olun.

Google Benim İşletmem (GMB) Optimizasyonu:

- GMB Girişinizi Talep Edin ve Doğrulayın: Google Benim İşletmem girişinizi oluşturun veya talep edin ve arama sonuçlarında görüntülenen bilgiler üzerinde kontrol sahibi olmak için sahipliğinizi doğrulayın.
- Eksiksiz ve Doğru Bilgiler: İşletme adı, adres, telefon numarası, web sitesi, işletme kategorisi ve çalışma saatleri dahil olmak üzere eksiksiz ve güncel işletme bilgileri sağlayın.
- İşletme Tanımı ve Nitelikler: Etkileyici bir işletme açıklaması oluşturun ve ürünlerinizi, hizmetlerinizi ve benzersiz satış noktalarınızı sergilemek için ilgili özellikleri seçin.
- Yüksek Kaliteli Fotoğraf ve Videolar: Potansiyel müşterilerle güven ve etkileşim oluşturmak için işletmenizi, ürünlerinizi, hizmetlerinizi ve ekibinizi sergileyen yüksek çözünürlüklü fotoğraflar ve videolar ekleyin.

İhracatta yerel SEO yapılırken en büyük hata, hedeflenen yerel pazarın dil, kültür, ve arama terimleri gibi özelliklerini dikkate almamak ve sadece genel uluslararası SEO stratejileriyle çalışmaktır.



Öğe 07: Yerel SEO



Yerel Alıntılar ve Dizinler:

- Niş ve Sektöre Özgü Dizinler: Nişinizdeki çevrimiçi görünürlüğünüzü artırmak için işletmenizi ilgili yerel dizinlerde ve sektöre özgü platformlarda tanımlayın ve listeleyin.
- Tutarlı Alıntılar: Arama motorları ve potansiyel müşteriler arasında güven oluşturmak için tüm yerel dizinlerde tutarlı NAP bilgileri sağlayın.
- Miktardan Çok Kalite: Spam içerikli veya düşük kaliteli olanlar yerine sektörünüz ve konumunuzla alakalı yüksek kaliteli, yetkili dizinlere odaklanın.
- Yerel Ticaret Odası: Yerel görünürlüğü ve güvenilirliği artırmak için yerel ticaret odanıza katılmayı ve web sitelerinde listelenmeyi düşünün.
- Yerel Sponsorluklar ve Ortaklıklar: Yerel kuruluşlarla, etkinliklerle veya yardım kuruluşlarıyla ortak olun ve web sitelerinde sponsor veya ortak olarak yer alın, bu da değerli yerel alıntılara yol açabilir.

Müşteri Yorumları ve İtibar Yönetimi:

- Yorumları Teşvik Edin: Memnun müşterileri Google Benim İşletmem girişinizde ve sektörünüzle alakalı diğer inceleme platformlarında olumlu yorumlar bırakmaya teşvik edin.
- İncelemeleri Yanıtlayın: Profesyonelce yanıt vererek ve müşteri geri bildirimlerini hemen ele alarak hem olumlu hem de olumsuz yorumlarla etkileşim kurun.
- İnceleme Oluşturma Stratejileri: Daha fazla müşteriyi yorum bırakmaya teşvik etmek için takip e-postaları, sosyal medya kampanyaları veya sadakat programları gibi stratejiler uygulayın.
- Çevrimiçi Bahsetmeleri İzleyin: Markanızdan bahsedenleri izlemek ve olumlu bir itibarı korumak için gerektiğinde yanıt vermek için sosyal medyayı, inceleme sitelerini ve forumları takip edin.
- Olumsuz İncelemeleri Ele Alın: Olumsuz geri bildirimleri yapıcı bir şekilde ele alın ve müşteri memnuniyetine olan bağlılığınızı göstermek için herkese açık veya özel olarak dile getirilen sorunları çözmeye çalışın.



Öğe 08: Ölçme ve İzleme

SEO'da ölçme ve izlemenin ihracat operasyonları için önemi, performansı değerlendirerek stratejileri ayarlayarak uluslararası pazarda başarıya ulaşmaya yardımcı olmasıdır.

Google Analytics ve Google Search Console Kurulumu:

- Google Analytics Kurulumu: İzleme kodunun oluşturulması ve siteye yüklenmesi de dahil olmak üzere, web siteleri için bir Google Analytics hesabı oluşturma sürecinde okuyuculara rehberlik edin.
- Google Analytics Arayüzünü Anlamak: Kullanıcıların platformda etkili bir şekilde gezinmesine yardımcı olmak için Google Analytics'teki Kitle, Edinme, Davranış ve Dönüşümler gibi temel bölümleri ve raporları açıklayın.
- Google Search Console ve Google Analytics'i Bağlama: Ek bilgiler edinmek ve arama sorgusu verilerini doğrudan Google Analytics'te görüntülemek için her iki aracın nasıl bağlanacağını gösterin.
- Google Arama Konsolu Kurulumu: Kullanıcıları Google Arama Konsolunda web sitelerini doğrulama ve tarama hataları, site haritaları ve izin kapsamı gibi önemli verilere erişme sürecinde yönlendirin.
- Google Arama Konsolunda Arama Analizi: Gösterimler, tıklamalar, tıklama oranı (TO) ve ortalama konum dahil olmak üzere arama analizi verilerine nasıl erişileceğini ve yorumlanacağını açıklayın.
- Web Sitesi Sağlığını İzleme: Tarama hatalarını, güvenlik sorunlarını ve mobil kullanılabilirlik sorunlarını kontrol ederek web sitesi sağlığını izlemek için Search Console'u nasıl kullanacağınızı tartışın.
- En İyi Performansı Gösteren Sayfaları Belirleme: Okuyucuları, en çok trafik ve dönüşüm sağlayan sayfaları belirlemeleri için Google Analytics'i kullanma konusunda yönlendirerek, en iyi performans gösteren içeriklerini daha da optimize etmelerini sağlayın.
- Google Analytics'te Hedef İzleme: Web sitesindeki belirli işlemlerin başarısını ölçmek için form gönderimleri, haber bülteni kayıtları veya satın almalar gibi hedefleri nasıl ayarlayacağınızı ve izleyeceğinizi açıklayın.
- E-ticaret İzleme: E-ticaret web siteleri için, ürün performansı, alışveriş sepetini terk etme ve daha fazlası hakkında bilgi edinmek için Google Analytics'te gelişmiş e-ticaret izlemenin nasıl kurulacağını gösterin.



Öğe 08: Ölçme ve İzleme

- Özel Raporlar ve Panolar : Kullanıcılara, iş hedefleriyle uyumlu belirli metrikleri ve KPI'ları izlemek için Google Analytics'te nasıl özel raporlar ve panolar oluşturacaklarını öğretin.

İzlenecek Temel SEO Metrikleri:

- Organik Trafik: SEO başarısının birincil göstergesi olarak zaman içindeki organik trafiği izlemenin önemini vurgulayın.
- Anahtar Kelime Sıralamaları: SEO performansını değerlendirmek ve iyileştirme fırsatlarını belirlemek için anahtar kelime sıralamalarını izlemenin önemini açıklayın.
- Tıklama Oranı (TO): TO'nun web sitesi trafiğini ve dönüşümlerini nasıl etkileyebileceğini ve daha iyi meta etiketler ve ilgi çekici snippet'lerle nasıl iyileştirilebileceğini vurgulayın.
- Hemen Çıkma Oranı: Hemen çıkma oranının kullanıcı etkileşimi üzerindeki etkisini ve içeriği ve web sitesi kullanılabilirliğini geliştirerek bunun nasıl azaltılacağını tartışın.
- Dönüşüm Oranı: Dönüşüm oranını ve SEO çabalarının istenen eylemleri yönlendirmedeki etkinliğini ölçmedeki rolünü tanımlayın.
- Sayfa Yükleme Hızı: Hızlı yüklenen bir web sitesinin önemini ve sayfa yükleme hızını izlemek ve optimize etmek için araçların nasıl kullanılacağını vurgulayın.
- Backlink Profili: Web sitesinin otoritesini değerlendirmek ve olası bağlantı oluşturma fırsatlarını belirlemek için geri bağlantıları izlemenin önemini açıklayın.
- Sayfada Geçirilen Süre ve Bekleme Süresi: Sayfada geçirilen süre ve sitede kalma süresi gibi kullanıcı davranışı ölçümlerinin SEO sıralamalarını ve içerik kalitesini nasıl etkileyebileceğini gösterin.
- Oturum Başına Sayfa Sayısı: Kullanıcı katılımını ve sitede gezinme kalıplarını anlamak için oturum başına sayfa sayısı metriğinin nasıl kullanılacağını tartışın.
- Yatırım Getirisi (YG): Organik trafikten elde edilen dönüşümleri ve geliri izleyerek okuyucuları SEO çabalarının YG'sini ölçmeye teşvik edin.



Öğe 08: Ölçme ve İzleme

Web Sitesi Trafikini, Sıralamalarını ve Dönüşümlerini Analiz Etme:

- Trafik Kaynakları Analizi: Kullanıcılara web sitesi trafiğinin kaynaklarını (organik, doğrudan, yönlendirme, sosyal vb.) belirleme ve her kaynağın genel performansa nasıl katkıda bulunduğunu anlama konusunda rehberlik edin.
- Edinme Raporları: SEO ve pazarlama kampanyalarının ziyaretçi çekmedeki etkinliğini analiz etmek için Google Analytics'in Edinme raporlarının nasıl kullanılacağını gösterin.
- Anahtar Kelime Performansı: Hangi anahtar kelimelerin en fazla trafiği ve dönüşümü sağladığını belirlemek için Google Analytics ve Search Console'da anahtar kelime verilerinin nasıl analiz edileceğini açıklayın.
- Rakip Analizi: Okurlara, SEO performanslarını sektör rakiplerine karşı kıyaslamak ve iyileştirme alanlarını belirlemek için rakip analizi yapma konusunda tavsiyelerde bulunun.
- İçerik Performansı: Tek tek web sayfalarının, blog gönderilerinin veya makalelerin performansının trafik, etkileşim ve dönüşüm verilerine dayalı olarak nasıl değerlendirileceğini açıklayın.
- Dönüşüm Hunisi Analizi: Kullanıcıların, dönüşüm hunilerini nasıl analiz edeceklerini anlamalarına ve kullanıcı yolculuğunu optimize etmek için potansiyel ayrılma noktalarını belirlemelerine yardımcı olun.
- Kullanıcı Davranışı Analizi: Kullanıcı deneyimini iyileştirmek için okuyuculara, popüler giriş ve çıkış sayfaları da dahil olmak üzere sitelerindeki kullanıcı davranışını inceleme sürecinde rehberlik edin.
- Açılış Sayfası Optimizasyonu: Dönüşüm oranlarını artırmak için açılış sayfalarının performans verilerine dayalı olarak nasıl optimize edileceğine dair içgörüler sağlayın.
- Mobil ve Masaüstü Performansı: Kullanıcıları, farklı kullanıcı tercihlerine hitap etmek için mobil cihazlarda ve masaüstü bilgisayarlarda web sitelerinin performansını analiz etmeye teşvik edin.
- Dönüşümler için A/B Testi: A/B testi kavramını tanıttın ve daha iyi dönüşümler için web sitesi öğelerini test etmek ve optimize etmek için nasıl kullanılabileceğini açıklayın.



Öge 09: SEO En İyi Uygulamaları ve İpuçları

Black Hat SEO Tekniklerinden Kaçınma:

- Asla anahtar kelime doldurma veya içerikte anahtar kelimeleri aşırı derecede tekrar etmeyin.
- Arama motoru sıralamalarını değiştirmek için gizli metin veya gizli bağlantılar kullanmaktan kaçınin.
- Yalnızca arama görünürlüğünü iyileştirmek için bağlantı satın almaktan veya satmaktan kaçınin.
- Spam içerikli geri bağlantılar oluşturmak için otomatik yazılım veya bot kullanmaktan kaçınin.
- Yalnızca arama motorları için giriş sayfaları veya düşük kaliteli sayfalar oluşturmayın.
- Arama motorlarına ve kullanıcılara farklı içerik gösteren gizlemeden kaçınin.
- Arama motoru yönergelerini ihlal eden bağlantı şemalarına veya bağlantı gruplarına katılmayın.
- Başka web sitelerinden içerik çalmayın veya kopyalamayın.
- Alakasız veya yanıltıcı meta etiketler ve açıklamalar kullanmaktan kaçınin.
- Sahte incelemeler oluşturmaktan veya diğer aldatıcı uygulamalara girişmekten kaçınin.

Arama Motoru Algoritması Değişiklikleri ile Güncel Kalmak:

- Google, Bing vb. arama motorlarından gelen resmi duyuruları düzenli olarak takip edin.
- Güncellemeler ve içgörüler için saygın SEO haber web sitelerini ve bloglarını takip edin.
- Son değişiklikleri ve deneyimleri tartışmak için SEO topluluklarına ve forumlarına katılın.
- SEO ve dijital pazarlamaya odaklanan web seminerlerine ve konferanslara katılın.

Black Hat SEO, arama motorlarının yönergelerine karşı gelerek hızlı sonuçlar elde etmeyi amaçlayan etik olmayan ve spam benzeri tekniklerin kullanılmasıdır.



Öğe 09: SEO En İyi Uygulamaları ve İpuçları

- Büyük algoritma güncellemeleri için uyarılar sağlayan araçları kullanın.
- Potansiyel algoritmik etkileri belirlemek için web sitesi sıralamalarındaki ve trafikteki dalgalanmaları analiz edin.
- En son sektör trendleri ve en iyi uygulamalardan haberdar olun.
- Uyarlanabilir olun ve SEO stratejilerinizi algoritma değişikliklerine göre ayarlamaya hazır olun.
- SEO çabalarınızın etkinliğini sürekli olarak test edin ve ölçün.
- İçgörü ve rehberlik almak için SEO uzmanlarına veya ajanslarına danışın.



BAZ Girişim

İhracat Mentorunuz BAZ Girişim, küresel pazarları kazanmada devlet destekleri, dijital pazarlama ve ihracat danışmanlığıyla yanınızda.

bazgirisim.com



info@bazgirisim.com



+90 312 418 46 58