

Temel Seo El Kitabı

v 1.0 (01 Haziran 2008)



-1.Başlamadan Önce

Bu kitap, Google arama motoru optimizasyonu yapmak isteyen fakat seo hakkında çok az bilgi sahibi olan arkadaşlar için hazırlandı. Bu kitap hazırlanırken çeşitli İngilizce kaynaklar kullanıldı. Kitap genel anlamda % 95 çeviridir. Bazı kelimelerin çevrilmesi esnasında gerçekten sıkıntılar yaşansa da kitabın bitirilmesi için gerçekten çok çalışıldı.

Her şeyden önce belirtilmesi gereken en önemli konu şudur ki. Bu kitabın kesinlikle telif hakkı yoktur. % 100 bedavadır ve elden ele dolaşması bizim açımızdan bir sakınca oluşturmamaktadır.

Bu kitap içerisinde belirtmediğimiz yeni başlayanların bilmediği, eskilerin ise belki de başlangıç sayfaları olan bazı siteleri buraya yazmadan geçemeyeceğim. Türkiyede gerçekten webmasterlık ve seo anlamında artık kendilerini aşmış olan insanların takıldığı en önemli forum, örümcek sevenler derneği; www.r10.net diğer bir forum sitesi ise; www.forum.iynet.com

Siteniz hakkında iyi şeyler yapmak ve güncel seo haberleri almak için bu tartışma platformlarını kesinlikle tavsiye ediyorum. Bu linkleri kitap içerisinde yer vermememizin en büyük sebebi kazaran gözden kaçmalarını istemememdir. Kim bilir belki öğrenmek için kaynak olarak kullandığımız bu sitelerde, bu el kitabı da tartışılabilir.

Bu kitabı muhtemelen sitemiz olan www.seo.com adresimizden indirmiş olmalısınız. Siz bu kitabı okuyorken, belki biz de sitemize yeni ve daha güncel makaleleri ekliyor olabiliriz.

Olumlu ve olumsuz her türlü yorum/görüşünüzü yonetim@seotr.com adresini kullanabilirsiniz.

Saygılar...

seotr.com

0.Seoya Giriş

Bu doküman webmaster ve site sahiplerine yönelik bir doküman olup, onların seo konusunu araştırmak ve kaynaklarını iyi kullanmaları için hazırlanmıştır. Doküman yeni başlayanlar içindir ancak tecrübeli webmasterlar da bu dokümanda yeni bir şeyler de bulacaktır. İnternette bir çok seo makalesi bulunmaktadır ve bu dokümanda bu makalelerin ortak bir kitapta toplamak için çaba harcadık.

Bu dokümanı çeşitli bölümlere ayırdık:

- Kesin seo tavsiyeleri, pratik uygulamalar
- Her seo uzmanının bildiği teorik bilgiler
- Seo ipuçları, gözlemleri, tavsiyeler ve diğer seo kaynakları vs.

1. Genel Seo Bilgisi

1.1 Arama Motorlarının Kısa Tarihi

İnternetin gelişmesinin ilk zamanlarında, internet kullanıcı azınlıkta ve gerçekten şanslı kişilerdi. Buna rağmen bu insanların erişebilecekleri bilgi de kısıtlı idi. Erişim genel anlamda iş verenler, laboratuar ve üniversitelerde genellikle bilimsel bilgilere ulaşmakla kısıtlı idi. O günlerde internette bilgilere ulaşmak şimdi olduğu kadar kritik bir sorun değildi.

Site rehberleri (directory) networklerdeki kaynakların bilgilerine erişimi kolaylaştırmak için kullanılan ilk yöntemdi. Bu kaynaklar başlıklarına göre gruplandırılıp link verildi. Yahoo 1994 yılında açılmıştır ve bu tip projelerin ilkidir. Yahoo directory'deki site sayısı amansızca artında, web geliştiricileri bu directoryi aranabilir hale getirdiler. Bu elbette bir arama motoru değildi. Çünkü içeriğindeki site sayısı sadece eklenen sitelerle kısıtlı idi. Bu directory aktif olarak kaynakları ve konseptleri bulup çıkaracak hale gelmemiştir.

Bu gibi link rehberleri geçmişte yaygın olarak kullanıldı. Ancak bu günlerde popüleritelerini kaybettiler. Bunun sebebi temel olarak modern rehberler çok sayıda kaynak ile sadece bilgi sağlamakta ancak bu bilgiler internetin çok ama çok küçük bir kısmını temsil etmektedir. Örnek olarak; şu an dünyanın en geniş dizini olarak bilinen DMOZ sadece 5 milyon kaynağın bilgileri içerir ki bu gerçek internet içinde küçük bir miktardır. Bunu Google arama motoru ile karşılaştıracak olursak; google'un 8 milyar dökümanı içeren bir veritabanına sahip olduğunu belirtmek gerekecektir.

WebCrawler projesi 1994 yılında başladı ve ilk tam gösterimli arama motorudur. Lycos ve Altavista arama motorları 1995 yılında açıldılar ve halen devam etmektedirler. AltaVista uzun yıllar bu alandaki en önemli şirket halineydiler.

1997 yılında Sergey Brin ve Larry Page Google'u Stanford Üniversitesinde bir proje olarak yarattılar. Google şu an dünyanın en popüler arama motorudur.

Bu günlerde, 3 önemli arama motoru vardı. Google, Yahoo ve MSN Search. Bu arama motorlarının hepsinin kendisine ait bir veritabanı ile arama algoritmaları vardır. Diğer bir çok arama motoru bu 3 arama motorlarının sonuçlarını listelerler. Örnek olarak AOL (american online) Google veritabanını kullanırken, AltaVista, Lycos ve AlltheWeb Yahoounun veritabanını kullanmaktadır.

1.2 Ortak arama motor prensipleri

Seoyu anlamak için arama motor mimarisi hakkında bilgi sahibi olmalısınız. Arama motorları aşağıda yer alan ana bileşenleri içerirler.

Spider (Örümcek): Programa benzer ve web sayfalarını download eder.

Crawler: Otomatik olarak her sayfadaki linkleri takip eden bir programdır.

Indexer: Spider ve Crawler tarafından download edilen web sayfalarını analiz eden bir programdır.

Database: Download edilmiş ve işlenmiş sayfaları depolar

Result Engine: Arama sonuçlarını veritabanından çıkarır.

Web Server: Kullanıcı ile arama motor bileşenleri arasındaki etkileşimi sağlayan serverdir.

Arama mekanizmalarının özel uyarlamaları farklı olabilir. Örnek olarak; Spider+Crawler+Indexer bileşenleri grup olarak tek bir program olarak uyarlanabilir ve bu program kullanıcı yeni kaynaklara link vermek için kullandığında web sayfalarını indirip analiz eder. Bu yüzden, yukarıda sayılan bileşenler tüm arama motorlarının doğuştan bir bileşenidir ve seo prensipleri de aynıdır.

Spider. Bu program bir web browser gibi web sayfalarını indirir. Bir browserdan farklı ise bir browser sayfadaki tüm bilgileri görüntülerken, spider hiçbir görsel bileşeni göstermez ve direk olarak sayfanın belli başlı HTML kodları ile çalışır. Standart web browserlarının HTML kaynak kodlarını görmek için seçeneklerinin varlığını biliyor olabilirsiniz.

Crawler. Bu program her sayfa üzerindeki linkleri bulur. Görevi değerlendirilmiş linklere göre önceden tanımlanmış adreslerin listelerine gitme işlemini karara bağlamaktır. Crawler bu linkleri takip eder ve daha önceden arama motoru tarafından bilinmeyen dokümanları bulmaya çalışır.

Indexer. Bu bileşen her sayfayı değerlendirir ve text, başlıklar, yapısal ve biçimsel özellikler, özel HTML tag gibi değişik elemanlere göre analiz eder.

Database. Arama motorlarının indirip analiz ettiği verileri depolama alanıdır. Bazen arama motorunun indeksi olarak da isimlendirilir.

Results Engine. Result engine sayfaları sıralar. Kullanıcının sorgusuna göre hangi sonucun en iyi sonuç olduğuna ve hangi sayfaların arama sonuçlarında olması gerektiğine karar verir. Bu işlem arama motorunun sıralama algoritmasına göre yapılır.

Web server. Arama motoru web serveri genellikle kullanıcının aramak istediği şeyi girmesi için bir alan bulunan HTML kodları içeren bir sayfadır. Web server aynı zamanda arama sonuçlarının kullanıcıya yansıtılması için kullanılan bir formdur.

2. Dahili Sıralama Faktörleri

Arama sonuçlarının sıralanmasına birçok faktör etki etmektedir. Bu faktörleri dahili ve harici sıralama faktörleri olarak ikiye ayırabiliriz. Dahili sıralama faktörleri site sahibi tarafından kontrol edilebilir.

2.1 Seo için Web Sayfası Düzenleme Faktörleri

2.1.1 Bir sayfa üzerindeki text miktarı

Sadece birkaç cümle içeren bir sayfanın arama motorları sıralamasında en üst sırada çıkma ihtimali çok ama çok azdır. Arama motorları yüksel bilgi içerikli sitelere yardımcı olurlar. Genel olarak seo ile uyumlandırılmış yazılı içeriğinizi artırmayı denemelisiniz. Optimum sayfa boyutu 500 - 3000 kelime ya da 2000 ila 20000 karakterdir.

Arama motoru görünürlüğü sayfada yer alan içerik sayısı artırılarak, tesadüfen arama sonuçlarında çıkabilmek amacıyla artırılır. Bu faktör bazen çok geniş sayıda ziyaretçi ile sonuçlanabilir.

2.1.2 Bir Sayfadaki Keywordlerin Sayısı

Sayfa içeriğinde keywordler en azından 3 ya da 4 kez kullanılmış olmalıdır. Üst limit sayfanın büyüklüğüne göre değişebilir. Daha geniş içerikli sayfalar için daha fazla sayıda tekrar yapılabilir. Kelime kombinasyonları ayırıcı bir özelliktir. En iyi seo sonuçları, kelime kombinasyonları birkaç kez kullanıldığında ve tam olarak düzenlendiğinde elde edilir. Buna ek olarak; kelimelerin her kullanışlarında aralarında fark olabilir, kelime kombinasyonlarını oluşturan kelimelerin textte sayıları farklı olabilir. Aşağıdaki içeriği inceleyin :

Let us take an example. Suppose we optimize a page for the phrase "seo software" (one of our seo keywords for this site) It would be good to use the phrase "seo software" in the text 10 times, the word "seo" 5 times elsewhere in the text and the word "software" 3 times. The numbers here are for illustration only, but they show the general seo idea quite well. (Yukarıdaki örnekte seo 5 kez kullanılırken, software kelimesi 3 kez kullanıldı. Böyle metin boyunca bir dağılım ve düzgün bir şekilde tekrarlama yapılmış oldu.)

2.1.3 Anahtar Kelime Yoğunluğu ve Seo

Kelime sayfa yoğunluğu içerik içindeki birbiriyle ilişki kelimelerin toplam kelime içerisindeki sıklığının % olarak ifade edilen bir ölçüdür. Örnek vermek gerekirse; eğer özel bir kelime 100 kelimelik bir içeriğe sahip bir sayfada 5 kez kullanılmışsa, anahtar kelime yoğunluğu % 5'dir. Eğer anahtar kelime yoğunluğu çok düşük ise, arama motoru buna çok fazla dikkat etmeyecektir. Eğer anahtar kelime yoğunluğu çok fazla yüksek ise arama motor spam filtresini aktive edebilir. Eğer bu gerçekleşecek olursa, arama motoru sayfamızı cezalandırabilir ve pozisyonunu arama listelerinde çok daha aşağılara çekebilir.

Optimum anahtar kelime yoğunluğu % 5 İLA 7 arasında olup % 7-8' de hoş görülmektedir. Ancak içeriğinizin okunabilirliğini ve okuyucunuzun içerikle alakasını azaltmamak için buna gerek yoktur.

2.1.4 Sayfadaki Kelimelerin Yerleri

Kelime ya da kelime gruplarının dokümanın başlangıcına daha yakın olması, arama motorları için daha dikkate değer bulunur.

2.1.5 Yazı formatı ve seo

Arama motorları yazıların formatlarına daha özel bir dikkatle eğilmektedirler. Bu nedenle size önerilerimiz:

- Başlıklarda kelimeler kullanın. Başlıkları «H» HTML taglarından oluşturun. «h1» and «h2» tagları daha etkilidir. Son zamanlarda CSS kullanımını bu tagların yeniden tanımlanmasına olanak sağlamaktadır. Bunun anlamı «H» tagları bugünlerde daha az kullanılmaktadır ancak hala seo çalışmalarından çok büyük öneme sahiptirler.
- Dikkat çekici kelimeleri bold yapın. Ama asla tüm içeriği bu şekilde düzenlemeyin. Sadece birkaç kelimeyi bu şekilde kullanın. Sayfanızda «strong» tagını bold tagının yerine kullanmak size fayda sağlayabilir.

2.1.6 «TITLE» tagı

Arama motorları için en önemli taglardan birisidir. Bunu gerçekten seo çalışmanız için yapın. Kelimeler TITLE tagında mutlaka kullanılmalıdır. Arama motorları sonuçlarında sitenize link verilirken normal olarak TITLE tagınızdan türetilen bir içerikle görüntülenecektir. Bu sizin sitenizin bir nevi kartviziti gibidir. Genellikle ziyaretçileriniz sitenize girdikleri zaman bu yazıyı görürler. Bu sizin neden sadece kelimeleri içermeyecek aynı zamanda da bilgi verici ve ilgi çekici bir şeyler seçmeniz gerektiğinin açıklaması olabilir. Web sitenizde arama yapanları Kural olarak, 50-80 karakter TITLE tag arama motorlarının sonuçlarında görüntülenir bu nedenle TITLE tag'a yazacaklarınızın bu uzunlukla sınırlanmanız gerektiğini unutmayın.

2.1.7 Linklerdeki Kelimeler

Bu temel bir seo kuralıdır. Sayfanızda kullandığımız kelimeler ile başka sayfalara verdiğiniz linkler sayfanın arama motorlarındaki sıralamalarını dikkate değer bir şekilde değiştirebilir.

2.1.8 Resimler «ALT» özelliği

Her sayfa resmi isteğe bağlı olarak “alternative text” olarak bilinen bir özelliğe sahiptir. HTML dilinde «ALT» tag olarak bilinir. Bu text resim görüntülenmediğinde, resmin yerine görüntülenir. Arama motorları ALT

özelliği ile resimlerin değerlerini kaydederek indekslerler. Ancak bunun arama sıralamalarında bir etkisinin olup olmadığı netlik kazanmamıştır.

Son zamanlarda, Google arama motoru ALT özelliklerindeki textleri de hesaba katmaktadır. Bu nedenle siz de sayfalarınıza resim eklerken ALT özelliklerini eklemeyi unutmayın.

2.1.9 Meta tag Tanımlaması

Meta tag sayfanın özelliğini tanımlamak için kullanılır. Seo ranking proseslerinde etkili değildir ancak bu işlem gerçekten çok önemlidir. Google'u da içeren çok sayıda arama motoru, eğer sayfada bu tag bulunuyorsa ve sayfa içeriği ile arama sorgusunun içeriği ile uyuyorsa bu tagla arama sonuçları listesinde görüntüler.

Deneyimler göstermiştir ki arama sonuçlarındaki yüksek pozisyon her zaman çok sayıda ziyaretçinin sitenize geleceği anlamını taşımamaktadır.

Örnek olarak; diyelim ki arama sonuçlarında bir rakibinizin tanımlaması daha etkileyici ise arama yapan kullanıcı sizin siteniz yerine rakibinizin sitesine gidebilir. Bu Description Meta Tag'ın neden önemli olduğu sorusunun cevabıdır ki bu meta tag sitenizin özeti gibidir ancak etkileyici bilgi verici olmalıdır. Ayrıca sayfanın içeriğine de uygun kelimeler seçmelisiniz.

2.1.10 Meta tag Kelimeleri

Metatag başlangıçta sayfa için özel kelimeler kullanılması için kullanılır ancak arama motorları kullanmamaktadır. Bu yüzden sık sık seo projelerinde yok sayılır. Ancak her ihtimale karşı seçilmesi tavsiye edilebilir.

2.2 Site yapısı

2.2.1 Sayfaların Sayısı

Genel Seo Kuralı: Daha fazla sayıda sayfa daha iyidir. Artan ve artmaya devam eden sayfa sayısı arama motorlarında görünme ihtimalinizi artırmaktadır. Aynı zamanda, siteye yeni eklenen bilgiler, arama motorları bunu gelişme ve genişleme olarak algılayacakları için size arama sıralamalarında avantaj sağlayacaktır. Tavsiyemiz, sitenize haber, makale, kullanışlı ipuçları gibi içeriklerle daha fazla bilgiyi periyodik olarak yayınlamanızdır.

2.2.2 Gezinme Menüsü

Bir kural olarak her site bir gezinme menüsüne sahiptir. Menüdeki linklerde kullandığınız kelimeler sayfalar için ek seo önemi verecektir.

2.2.3 Sayfa isimlerindeki keywordler

Bazı seo uzmanları HTML sayfa isimlerindeki kelimelerin arama sonuçlarındaki pozisyonlarda ilave bir etkiye sahip olduğu kanaatine varmışlardır.

2.2.4 Subdomainlerden kaçınmak

Eğer sitenizde çok fazla sayıda sayfa yok ise, bu sayfaların tamamını sitenizin ana dizininde saklamanız siteniz için en iyisi olacaktır. Arama motorları ana dizindeki sayfaların subdomaindeki sayfalara nazaran daha önemli olduğunu düşünürler.

2.2.5 Sayfa başına bir kelime grubu

Maksimum seo optimizasyonu için her sayfa için bu sayfaya ait kelime grupları belirleyin. Bazen sayfayla ilgili 2 ya da 3 ilişkili kelime grubu seçebilirsiniz ancak kesinlikle bir sayfa için 5 ya da 10 kelime grubunu bir kerede optimize etmeye kalkmayın. Bu tarz girişimler kesinlikle sayfa sıralamanızda etkisiz kalacaktır.

2.2.6 Seo ve Ana Sayfa

Ana sayfanızı kelime kombinasyonları için optimize etmek çok önemlidir. Bu sayfa büyük ihtimalle arama sonuçlarında en üst sırada çıkacaktır. Benim seo gözlemlerim toplam trafiğin % 30-40'ını oluşturmaktadır.

2.3 En yaygın seo hataları

2.3.1 Grafik başlık

Bir çok site grafik başlıklar dizayn edilir. Sık sık, sayfada şirketin logosunu tam olarak sayfa genişliğinde görürüz. Bunu yapmayın. Sayfanın en üst kısmı gerçekten çok önemli bir alandır ve en iyi seo için seçtiğiniz en önemli kelimelerinizi buraya koyabilirsiniz. En önemli pozisyona konulan grafik resim arama motorlarının resimleri görmezden geldiğinden beri en önemli kayıp olarak görülmelidir. Bazen tamamen absürd durumlarla karşılaşabilirsiniz. Header text bilgilere sahip olabilir ancak daha etkili görülebilmesi için resim formatında olarak kullanılmıştır. Resim üzerinde var olan bu yazılar arama motorları tarafından indekslenmezler ve arama sıralamalarında sayfanız için katkıda bulunmazlar. Eğer logo kullanmak istiyorsanız karmaşık yapı kullanmalı ve sayfanızın genişliğinde logo kullanmak yerine küçük bir kısımda logonuzu kullanıp geri kalan kısmını text olarak kullanmalısınız.

2.3.2 Grafik gezinme menüsü

Bu durum yukarıda bahsedilenle benzer bir durumdur. Site içi linkler kesinlikle kelimeler içermelidir. Çünkü bu size seo açısından ilave avantajlar sağlamaktadır. Eğer gezinme menünüz daha etkileyici olmak açısından grafik elementler içeriyorsa, arama motorları içeriği indeksleyemeyebilirler. Eğer grafik menü kullanmaktan başka imkanınız yok ise, en azından tüm resimler için doğru bir şekilde ALT özellikleri tanımlamayı unutmayın.

2.3.3 Script ile gezinme menüleri yapmak

Bazen site içi dolaşım için scriptler kullanılır. Bir seo çalışmanı olarak, arama motorları scriptleri okuyamadığını anlamalısınız. Yani bir script

yardımıyla özelleştirilmiş bir link arama motorları için uygun olmayacaktır. Arama botları bu linkleri takip edemeyecek ve sitenizin bir kısmı bu nedenle asla indekslenemeyecektir. Eğer site dolaşım scriptleri kullanıyorsanız, hem ziyaretçiler hem de arama motorları için görünür yapabilmek için düzenli HTML ile çoklamalı ve sayfalarınıza link vermelisiniz.

2.3.4 Session identifier'ler

Bazı siteler session identifier'ler kullanmaktalar. Bunun anlamı sitede erişen her ziyaretçi özgün bir parametre alır (&session_id=). Bu ID ziyaret edilen her sayfanın adresine eklenir. Session ID'ler site sahiplerine kullanışlı istatistikler elde etmelerinde yardımcı olur. Bu istatistikler ile kullanıcıların davranışları hakkında bilgi sahibi olabilir. Bu dikkate alınarak arama motoru robotu açısından bakıldığında, robot sitede her geldiğinde yeni bir kimlik alacak ve her sayfa yeni bir sayfa gibi görünecektir.

Arama motorları aynı içeriğe sahip siteleri elemek amacıyla oluşturulmuş algoritmalara sahiptirler. Session ID'li sitelerin indekslenmesi zordur ve bazen bunlar doğru bir şekilde indekslenmeyebilir. Eğer siteler için seo ile uğraşıyorsanız mümkün olduğunca bu yöntemlerden kaçınmaya özen gösterin.

2.3.5 Redirectler

Redirect yapmak arama robotlarının sitenizi analiz etmesi için zorluk çıkarabilir ve seo açısından ters tepki yaratabilir. Bunu yapmak için haklı bir sebebiniz olmadıkça sürece redirectleri kesinlikle kullanmayın.

2.3.6 Saklı yazılar ve aldatıcı seo metodu

Son iki metod aslında hata değildir. İşin özüne bakmak gerekirse bu yapılanlar arama motorlarını kandırmak amacıyla yapılmış illegal seo metodlarıdır. Hidden textler sayfanın arka planı ile aynı renkte yapılmış

yazılardır. Site sahiplerinin bunu yapmasındaki amaçları hedefledikleri kelimeleri sayfalara sıkıştırarak haksız yere üst sıralarda çıkma istekleridir. Bu tarz kelimeler ziyaretçiler tarafından görülme de arama motor robotları tarafından tespit edilebilmektedir. Bu tarz aldatıcı optimizasyon metodları sitenin arama motorlarından banlanması ile sonuçlanabilir ve sonuç itibarı ile sitenin arama motoru veritabanından silinmesine sebep olabilir.

2.3.7 Bir Piksel Linkler ve Seo Aldatmacısı

Bu da diğer bir aldatıcı seo tekniğidir. Arama hemen hemen görünmez boyuttaki grafik resimlere verilen linklerle yapılan aldatıcı seo tekniğidir. Bu işlemin sonu da genellikle sitenin arama motorlarından banlanması ile sonuçlanır.

3. Harici sıralama faktörleri

3.1 Neden bir siteye link almalıyız

Bir önceki bölümde görebildiğiniz gibi, arama sıralamalarında yer alabilmek için gerekli birçok faktör sitenin sahibinin kontrolü altındadır. Ancak bunu etkileyen sadece bunlarla sınırlı kalsa idi arama motorlarının yüksek kaliteli siteler ile kullanışsız bilgi sunan siteleri birbirinden ayırt etmesi imkansız olabilirdi. Bu sebepten dolayı arama sonuçlarını etkileyen faktörlerden bir diğeri de siteye verilen linklerdir. Bu tam anlamıyla site sahibinin elinde olmayan tek faktördür.

Mantıklı olmak gerekirse, ilginç siteler en fazla linki alan sitelerdir. Bunun sebebi ise diğer site sahiplerinin bu siteleri kendi sayfalarında yayınlamaya değer bulmasından kaynaklanmaktadır. Arama motorları bu linkleri siteleri değerlendirmek için bir kriter olarak kullanmaktadırlar.

Bu yüzden iki ana faktör arama motorlarında indekslenmek ve arama sonuçlarında çıkmak için önem taşımaktadır :

- daha önceki bölümde bahsedildiği gibi dahili sıralama faktörleri
- siteye verilen kaliteli linklerin sayısı; alıntı link, link popüleritesi olarak bilinir ve bir sonraki bölümde inceleyeceğiz.

3.2 Linkin Önemi (Alıntı Link, link popüleritesi)

Kolayca siteye verilen linklerin sayısı bir sitenin değerlendirilmesi için gerekli bilgiyi veremeyeceğini görebilirsiniz. Örnek vermek gerekirse; www.microsoft.com adresinden link almanın www.abcdefghijklm.com/homepage.html adresinden link almaktan çok ama çok kıymetli olacağını tahmin etmek zor olmasa gerek. Siteye verilen linklerin adedinden ziyade bu linklerin kaliteli ve önemli linkler olması çok daha önemlidir.

Arama motorları, siteleri değerlendirmek amacıyla alıntı link ve siteye gelen linklerin sayısı ve kalitesi kavramlarını kullanır. Alıntı indeksi sitenin kaynaklarının popüleritesini tahmin eden nümerik bir değerdir. Her arama motoru bunu hesaplamak için farklı algoritmalar kullanmaktadır. Ancak kural olarak bu değerler yayınlanmazlar.

Bunun yanı sıra alıntı indeks değeri, bazen skala alıntı indeks değeri olarak kullanıldı. Bu göreceli değer internet üzerindeki diğer sayfalardaki göreceli popüleritesini göstermektedir.

3.3 Text Link

Arama motor sonuçları için text linkler hayati bir öneme sahiptirler. Text linkler HTML kodlamada «A» tagları ile gösterilir ve anlamı ise bu linke tıklanığında yeni bir siteye gidilmesini sağlar. Eğer bu link textler anlamlı kelimeler içeriyor ve de bu gidilecek sitede bu kelimeler ilgili gerçekten bir

içerik mevcutsa, arama motorları arama sonuçlarında yüksek derecede önem vermektedir.

3.4 Referans Sitelerin Uygunluğu

Link textlerinin yanında, arama motorları referans olarak verilen sitenin içeriği ile referans veren sitenin içeriklerinin aynı olmasını da hesaba katar.

Örnek olarak vermek gerekirse; araba satışlarının yapıldığı bir sitenin seosu yapıyoruz. Bu siteye araba tamirlerinin vereceği linkler bahçivanlıkla alakalı bir siteden gelecek linklerden daha kıymetli ve önemli olacağı gerçekten çok açıktır. İlk aynı konularla alakalı olduğundan arama motorları için daha kıymetlidir.

3.5 Google PageRank - Teorik Temeller

Google Şirketi backlink kavramını arama sonuçlarında dikkate alıp bunu tescilleyen ilk firmadır. Bu algoritma PageRank ile isimlendirildi. Bu bölümde bu algoritmayı ve arama sonuçlarına nasıl etkilediğini açıklamaya çalışacağız.

PageRank her site için ayrı ayrı tahmin edilken ve diğer sitelerden gelen backlinkler ile karşılaştırılan bir değerdir. Bu bir çeşit erdemli bir çemberdir. Bunun temel amacı sitelerin önemlerini derecelendirmektir. Bu durumda PageRank bir sayfaya yapılan ziyaretlerin sıklığı ile mümkündür.

Şimdi network'un gezinme modellemesi için kullanıcıların linklerin nasıl takip ettiğini açıklayacağım. Farz edelim ki kullanıcı rastgele bir siteyi görüntülemekle başladı. Daha sonra o bu sitede yer alan linklerle diğer siteleri gezmeye başladı. Her zaman kullanıcının bu linkleri takip etmeden tekrar rastgele bir siteyi gezme ihtimali vardır. PageRank algoritması bu olayın her adımında 0,15 gibi bir ihtimalinin olduğunu tahmin eder. Bu yüzden kullanıcılar % 85 ihtimalle bu sitede yer alan linklerle gezinmeye devam ederler. Eğer bu kullanıcı hiç durmadan bu sitelerdeki linkleri gezinmeye devam ederse popüler siteler daha az popüler sitelere göre çok daha fazla gezilecektir.

Bir sitenin PageRank değeri bir kullanıcının bu web sitesini gezinme ihtimali olarak tanımlanabilir. Yani tüm var olan web sayfalarının gezinme ihtimallerinin toplamı kesinlikle 1'dir. Çünkü kullanıcının belirlenmiş bir alanda en azından 1 internet sayfası gezeceği farzedilir.

Bunun her zaman bu ihtimallerler çalışılmamacığının anlaşılmasından beri, PageRank daha kolay anlaşılabilir ve görülebilir olması için matematiksel olarak ifade edilmeye başlandı. Örneğin; biz Google Toolbar'da PageRank değerini 0 ila 10 arasında bir değer olarak görebilmekteyiz.

Buna göre sıralama modeli aşağıdaki gibi açıklanabilir :

- internet üzerindeki her sayfa (hiç backlink almamış olsa bile) başlangıçta 0'dan büyük (küçük bir değer olsa bile) bir PageRank değerine sahiptir. Bunun anlamı backlink almamış olsa bile herhangi bir kullanıcının kazanan bu siteye girme şansı/ihtimali bulunmaktadır.
- Her sayfa link verdiği siteler için bir miktar PageRank değerini de verir. PageRank verme olayı verilen bu linklerin sayısı ile ters orantılıdır. Daha fazla link veren site daha az PageRank değeri verirken, daha az dışarıya link veren site daha fazla PageRank değeri vermektedir.

Şimdi arama sonuçlarında PageRank'in nasıl etkili olabileceğine bakalım. Olabileceğine diyoruz çünkü az önce tanımlamış olduğumuz PageRank algoritması Google algoritmasında şimdilik tamamen kullanılmıyor.

Biz ise şimdi daha geçerli ve tecrübe dayalı kısa bir versiyonu tartışacağız. PageRanki etkileyen kesinlikle zor bir şey yoktur. Arama motoru ilgili çok sayıda doküman bulur ve bunları PageRank değerlerine göre sıralar. Bu değeri de doğal olarak daha fazla sayıda backlink almış ve en dikkate değer içeriğe sahip siteye verir.

Yani, PageRank algoritması bu dokümanları her zaman yukarıya çıkarır.

3.6 Google PageRank - Pratik Kullanım

Son zamanlarda, PageRank Google algoritması tarafından direk olarak kullanılmamaktadır. Bu ilk PageRank'in sadece kaliteli ve backlink sayısını karakterize ettiğini ummaktır. Ancak bu (ilk) versiyonda tamamen linklerin textlerini ve gönderen sitenin sayfa içeriğini yok saydı. Bu faktörler sayfa sıralamada önemli faktörlerdi ve bu neden PageRankin sonraki versiyonlarında dikkate alındı. Şimdiki Google sıralama algoritmasının tematik PageRank ile alakalı olduğu düşünülür. Diğer bir deyişle backlinklerin öneminin içerikle alakalı olduğunu vurgulamaktadır. Bu algoritmanın tam detayları sadece Google geliştiricileri tarafından bilinmektedir.

Herhangi bir sitenin PageRank değerini Google Toolbar yardımıyla öğrenebilirsiniz. Toolbar herhangi bir sitenin PageRank değerini 0 - 10 arasında bir değerle göstermektedir. Şunu not etmek faydalı olabilir. Toolbar bir sitenin gerçek PageRank değerini göstermemektedir. Toolbar üzerinde görünen her değer logaritmik skalaya göre değerlendirilmektedir.

Örnek olarak; her sayfanın gerçek PageRank değeri sadece Google tarafından bilinmektedir. Google toolbar için PageRank erişimi için logaritmik bir skala kullanmaktadır.

Bu skala aşağıdaki gibi gösterilebilir.

<i>Real Pr</i>	<i>Toolbar Pr</i>
<i>1-10</i>	<i>1</i>
<i>10-100</i>	<i>2</i>
<i>100-1000</i>	<i>3</i>
<i>1000-10000</i>	<i>4</i>

Bu bize şunu göstermektedir. Google toolbar üzerinde görünen aralıklar arası asla birbirine eşit değildir. Yani kısaca, PageRank değerini 1'den 2'ye çıkarmak çok ama çok kolaydır ancak bu değeri 6'dan 7'ye çıkarmak gerçekten çok zordur.

Pratik olarak, PageRank 2 amaç için kullanılır:

1. Sitelerin popülaritesini kolayca kontrol edebilmek için. PageRank bize sitemiz referans olan siteleri kesin olarak vermemesine rağmen bizim bu sitenin kolayca sitenin popülaritesinin seviyesi hakkında bilgi sahibi olmamıza olanak tanır. Pr 4-5 siteler genel olarak ortalama popülariteye sahip sitelerdir. PR6 oldukça popüler bir siteyi gösterirken PR7 herhangi bir webmasterin hemen hemen ulaşamayacağı bir popülarliktir. Eğer bu değeri almayı başarabildiyse kendinizi kutlamalısınız. Pr 8, 9, 10 sadece Microsoft, Yahoo gibi büyük şirketlerin ulaşmayı başarabildiği mertebelerdir. PageRank link değişimi gibi durumlarda gerçekten çok kullanışlıdır. Sizde link talebi değişimlerinde bulunan sitelerin kalitesini kontrol etme ve sitenizle kıyaslama şansına sahip olursunuz.

2. Arama sorguları için rekabet seviyesinin değerlendirilmesi seo çalışmalarının hayati parçasıdır. Sıralama algoritmasında PageRank direk olarak kullanılsa bile, özel bazı aramalarda indirek olarak benzer sitelerin rekabet gücünde değerlendirilmektedir. Örnek olarak; eğer arama motoru PR 6-7 siteyi görüntülüyorsa aynı aramada PR değeri 4 olan siteyi en yukarıda görüntülemeyecektir.

Şunun farkına varmak gerekiyor. PageRank değerlerinin değişimi çok nadir olarak Google Toolbar üzerine yansımaktadır. Bu da birkaç ayda bir tekabül etmektedir. Yani Google Toolbar geçmişe yönelik PageRank değerlerini yansımaktadır.

3.7 Link Popülaritesini Artırmak

3.7.1 Genel amaçlı rehberlere (directory) sitenizi eklemek

İnternet üzerinde gruplara ayrılmış bir rehber mevcuttur. Bu rehberlere sitenizi ekleme işlemine “submission” denmektedir.

Bu gibi rehberler ücretli ya da ücretsiz olabilir. Bu siteler sizden backlink isteyebilirler ya da hiçbir şey de istemeyebilirler. Bu rehberlerin ziyaretçileri çok fazla olmadığı için size doğru dürüst ziyaretçi göndermeleri de çok mümkün değildir. Buna rağmen arama motorları bu rehberleri dikkate alabilir ve sizin arama sonuçlarındaki yerinizi değiştirebilir.

Önemli: Bu rehberler sitenize direk link veriyorsa uğraşmaya değerdir. Ancak scriptle link veriyorsa hemen hemen kullanışsızdır. Bu nokta açıklamayı daha fazla hak ediyor. Link yayınlamanın 2 yöntemi mevcuttur. Standart HTML yapısı ile yayınlanan direct link ve alternatif olarak kullanılan scriptler yardımıyla yapılan linkler. Arama motorları sadece direk olarak HTML kodlarıyla verilen linkleri anlayabilmektedir. Bu da neden direk link yayınlamayan directorylerin seo değerinin hemen hemen 0 olduğunu cevabudur.

Sitenizi asla FFA (free for all) rehberlerine eklemeyin. Bu rehberler sitenizi ilgili her konuda sizin linkinizi yayınlarlar ancak bunlar arama motorları tarafından yok sayılır. FFA directoryleri buna ek olarak email adresinize inanılmaz derecede mail de gönderirler. Bu FFA directorylerinin temel amacıdır.

Seo Servislerinin sizin sitenizi binlerce hatta onbinlerce arama motoruna eklemek gibi isteklerine cevap vermek, yerine getirmekten kaçınmın. İnternet üzerinden 100den fazla kullanılır arama motoru mevcut değildir de zaten. Bu tarz çılgın denecek sayıda arama motoruna sitenizi kayıt ettirileceği vaad ediliyorsa emin olun ki yukarıda açıkladığımız FFA veritabanlarına ve kullanışsız kaynaklara siteniz eklenecektir. Ve bunun size faydasından çok zararı olacaktır.

Sitenize yarı otomatik ya da tamamen manuel olarak backlink almaya çalışın. İnsan kontrolü ile sitelerin eklenmesi tamamen otomatik olarak eklemelere göre daha etkin olmaktadır. Ücretli rehberlere sitenizi eklemek

başlangıçta mantıklı görünse de daha iyi bir dönüş meydana gelmemektedir.

Sitenizi rehberlere eklemek çarpıcı bir site trafiğine yol açmasa da sitenizin arama motorlarında yavaş yavaş görünmesini sağlar. Bu çok fazla harcama yapamayacak ee çok fazla zamanı olmayanlar için kullanışlı bir seo seçeneğidir. Bu nedenle sitenizi üst sıralarda görmek istiyorsanız bence bunu görmemezlikten gelmeyin.

3.7.2 DMOZ directory

DMOZ (www.dmoz.org) internet üzerindeki en büyük directorydir. Gerçek DMOZ'un internet üzerinde bir çok kopyası vardır. Bu nedenle sitenizi DMOZ'a eklerseniz, hatırı sayılır bir link alacak ve bunun yanı sıra bir çok alakalı linklere ulaşabileceksiniz. Bunun anlamı DMOZ seo ile alakalı webmasterlar için çok ama çok önemli değerdir.

DMOZ'a sitenizi eklemek çok kolay değildir. Biraz şansla da alakalıdır. Siteniz birkaç dakika içinde de birkaç ay içinde de sitede görüntülenebilir.

Sitenizin detaylarını doğru ve ilgili kategoride girdiyerseniz sonunda siteniz görüntülenebilir. Hatırı sayılır bir zaman sonra siteniz hala burada görüntülenmedi ise kategorinizin editörü ile iletişim kurabilir ve isteğiniz hakkında editöre isteğinizi sorabilirsiniz. DMOZ sitesi bu fırsatları size sunmaktadır. Bunun tabii ki garantisi yok ancak bu yardımcı olabilir. DMOZ dizinine sitenizi eklemek tamamen ücretsizdir. Buna ticari siteler de dahildir.

3.7.3 Link değişimi

Link değişiminin özü, sitenizde özel bir sayfanızı diğer sitelere link vermek için kullanmanız ve aynı şekilde onlardan backlink almanızdır. Arama motorları link değişimini pek sevmezler çünkü bir çok durumda bu işlemler aramanın biçimini değiştirir. Bu değişiklik de internet kullanıcılarının çok zaman faydasına değildir. Buna rağmen çeşitli basit kuralları dikkate alarak bunu yaparsanız halen en etkili link popüleritesini arttırmanın yoludur link değişimi.

- Link değişimi yapılan sitelerle ilgili olarak alakalı olmalıdır. Konudan bağımsız yapılan link değişimleri çok zaman popüler olmazlar ve etkisizdirler.
- Değişim yapmadan önce sitenin linkinin diğer sitede iyi bir sayfada yayınlanacağından emin olun. Bunun anlamını sayfanın dikkate değer (en az 3 ya da 4) PR değerine sahip olması gerekir. Bu sayfanın mutlaka arama motorları tarafından indekslenmiş olduğuna dikkat edin. Ve en önemli iki konu da linkinizin direk olarak verildiğine (www.siteniz.com şeklinde) son olarak da bu sayfada en fazla 50 adet dış linkin olmasına zen gösterin.
- Sitenizde çok sayıda dışarıya link bulundurmuyun. Bu bir rehbermiş görünümü verse de bu sizi konunuzdan bağımsız, alakasız sitelerle link değişimi yapmanıza sebep olacaktır. Çok fazla sayıda ve alakasız link vermeniz sitenizin link farm (link tarlası) olarak dikkate alınmasına sebep olabilir. Ek olarak arama motorları bu tarz rehberleri çok sevmezler. Bu tarz siteleri arama sonuçlarından bile karabilirler.
- Link değişimleri için ayrı bir sayfa kullanın. Bu sayfa dikkate değer bir PageRank değerine sahip olmalı ve arama motorları tarafından indekslenmiş olmalıdır. Bir sayfada 50.den fazla link kesinlikle yayınlamayın. Bu size diğer link değişimi yapmak isteyen webmasterları bulmanızı da sağlayacaktır.
- Arama motorları karşılıklı link değişimlerini kontrol etmektedir. Bu nedenden dolayı mümkünse çapraz link değişimi yapmayı deneyin.
- Webmasterlar bazen sayfalarından diğer sitelere verdikleri linkleri silebiliyorlar. Bu nedenle link verdiğiniz kişilerin sayfalarındaki backlinklerini ara sıra kontrol edin.

3.7.4 Basın bülteni, haber beslemeleri, tematik kaynaklar

Bu bölüm sadece seodan ziyade site pazarlamasıyla alakalıdır. Çeşitli başlıklar altında yayınlanan internet üzerinde bir çok haber kaynağı ve beslemeleri vardır. Bu tarz siteler hem direk ziyaretçiler sağlayabilir hem de sitenizin popülaritesinin artmasına yardımcı olabilir. Bunu (basın bülteni yaratmak, ücret karşılığı yazı yazdırmak, haber oluşturmak) yapmak size kolay gelmiyorsa, haber değeri olan bazı şeyleri oluşturma konusunda yardımcı olabiliriz.

Kendi sitenizle alakalı benzer başlıklı kaynakları araştırın. Sizin sitenizle yarışmayan, rekabet olmayan, ancak içeriğinde sizin konunuzla alakalı içerik bulunan birçok siteyi internet üzerinde bulabilirsiniz. Bu sitelerin sahipleri ile yakınlaşmayı deneyin. Muhtemelen bu site sahiplerinin büyük bir çoğunluğu onların projelerini, içeriğinin bir kısmını kendi sitenizde yardımlamaktan mutlu bile olacaklardır.

Son ipucu ise backlink edinme ile alakalı. Aldığınız linklerle ilgili çeşitli varyasyonların olmasını deneyin. Sürekli olarak aynı text ile alınmış backlinkleri ender de olsa arama motorları spam olarak değerlendirebilir.

4. Bir sitenin indekslenmesi

Bir site arama sonuçlarında görünmeden önce, arama motoru bu siteyi indekslemelidir. İndekslenmiş bir site arama robotları tarafından ziyaret edilecek ve bu ziyaretler sonucunda siteniz analiz edilip, konu ile alakalı bilgiler arama motoru veritabanına kayıt edilecektir. Eğer site arama motoru indeksinde yer alıyorsa arama sonuçlarında çıkabilir aksi taktirde arama motorlarının bu siteyi bilmesi mümkün olmayıp arama sonuçlarında bu siteye yer veremez.

Ortalama büyükteki sitelerin genellikle düzgün bir şekilde indekslenirler. Bu yüzden konunun devamındaki noktaları sitenizi oluştururken göz önünde bulundurmalısınız.

Arama motorlarının yeni bir sitenin farkına varmalarının 2 yolu vardır:

1. Arama motorunun manuel olarak sitenin eklenmesini sağlamak amacıyla oluşturmuş olduğu form ile. Bu durumda, yeni sitenizi arama motoru ekleme formuna sitenizin adresini yazar ve indekslemesi için sıraya geçersiniz. Dikkat edilecek nokta ise, bu tarz durumlarda arama motoruna sitenizi eklemek için sadece ana sayfanızın adını yazmanız yeterlidir. Diğer sayfalarınız ise robotlar yardımıyla eklenecektir.
2. Arama robotlarının sitenizi kendiliğinden bulmalarıdır. Bu durum ise sitenizin diğer indekslenmiş sitelerin herhangi birisinden en azından 1 tane backlinkinizin olması gerekmektedir. Backlink bulunan sitenin durumuna göre siteniz en yakın zamanda arama robotu tarafından ziyaret edilecektir. Çok zaman bu metod tavsiye edilir. İnternet üzerindeki birçok kaynak sitenizi 1.yoldan ziyade 2.yol ile arama motorlarına eklemenizi önerir. İlk yol ile sitenizin indekslenmesi bazen 2 haftadan fazla bir zaman alabilirken, ikinci yöntem ile backlink aldığınız sitenin durumuna göre 2 saatte bile siteniz indekslenebilir.

Arama motorlarına arkadaş bir site yapmak için aşağıdaki kuralları deneyin:

- Sitenizin herhangi bir sayfasına ulaşmak için 3 mouse kliğinden fazla bir hiyerarşi kullanmayın. Eğer yapı olarak bu mümkün görünmüyorsa mutlaka site haritası (sitemap) kullanın.

- Yaygın düşülen hatalara düşmeyin. Session identifier'ları indekslemek çok daha güçtür. Eğer scriptle dolaşımli bir menünüz varsa bunları text linklerle de çokladığınızdan emin olun. Arama motorları scriptleri okuyamaz.

- Unutmayın ki arama motorları bir sayfadaki en fazla 100-200 Kb.lık veriyi indeksleyebilir. Bu yüzden sayfanızın tam olarak indekslenmesini istiyorsanız 100 KB.dan daha büyük bir sayfa oluşturmayın.

Robots.txt dosyası kullanarak arama motoru robotlarının davranışlarını yönetebilirsiniz. Bu dosya siteniz üzerindeki hangi sayfaların indeksleneceğini ya da indekslenmeyeceğini yönetmenizi sağlar.

Arama motoru veritabanları, kayıtları değiştikçe düzenli olarak güncellenir. Bu sitenizin arama motorlarındaki sayfa sayısının farklı zamanlarda farklı olmasının sebebidir. Bir sitenin indekslerde yer almamasının en büyük sebeplerinden birisi server'a ulaşamamasıdır. Bunun anlamı arama robotlarının herhangi bir zamanda indeksleme teşebbüsünün başarısızlıkla sonuçlanmasıdır. Server tekrar ulaşılabilir hale geldiğinde emin olun site en kısa zamanda görüntülenecektir.

5. Keyword seçimi

5.1 Başlangıçta kelime seçimi

Sitenizi kurarken belki de ilk yapmanız gerekli adım kelime seçimidir. Sitenizin kelimelerini tanımlamak için ilk adım olarak arama motorlarında kullanılan kelimeleri kullanabilirsiniz. İngilizce siteler için www.wordtracker.com ve inventory.overture.com iyi bir başlangıçtır. Bu sitelerde yer alan verileri kullanarak kendi siteniz için gerekli olan en iyi kelimeleri seçebilirsiniz. Google bu kapsamda bir bilgiyi vermemekte ancak son zamanlarda İngilizce siteler için yine HotTrends gibi bir hizmeti sunmaktadır. Ancak Türkiye için genellikle adwords için kullanılan Anahtar Kelime Seçme aracını da [kullanabilirsiniz](#).

5.2 Sık kullanılan ve az kullanılan keywordler

İki farklı strateji vardır. Birincisi az sayıdaki popüler kelimeleri optimize etmek ya da çok sayıda daha az popüler kelimeleri optimize etmek. Pratikte iki strateji birleştirilir.

Çok sık arana kelimelerin dezavantajı rekabet oranının çok yüksek olmasıdır. Yeni bir sitenin arama sonuçlarında bu kelimeler üst sıralarda çıkması neredeyse olanaksızdır.

Ara sıra aranana kelimelerin birleşmesi ile, minimum text optimizasyonu uygulamak için çok zaman yeterlidir. Kesin durumlarda ara sıra aranan kelimeler arama motor trafiğinin çok büyük oranını oluşturmaktadır.

Birçok ticari sitenin amacı bazı ürün ve hizmetleri ziyaretçilerine satmaktır. Bu sizin seo çalışmalarınız boyunca aklınızdan çıkarmamanız gereken bir konudur. Eğer bir ticari sitenin optimizasyonunu yapıyorsanız hedeflenmiş ziyaretçilerin gelmesi gerektiğini unutmamalısınız.

Örnek olarak; "Monitör" sorgusu "monitör Samsung 710N" sorgusundan hem daha popüler bir kelimedir hem de rekabet edilmesi zor bir kelimedir. Ancak ticari bir site için ikinci sorgudan gelen ziyaretçiler daha kıymetli ve hedeflenmiş ziyaretçiler için uygundur. İkinci kelime hem rekabet edilmesi kolaydır aynı zamanda. Bu örnek diğer daha az yapılan sorgular için de güzel bir örnektir.

5.3 Arama sorguları için rekabetin değerlendirilmesi

Siteniz için anahtar kelimelerinizi seçme işlemini tamamladığınızda, sayfanız için optimize etmek edeceğiniz "öz,ana" kelimenizi belirlemelisiniz. Bir önceki bölümde bazı az yapılan sorgular için özel bir optimizasyona ihtiyaç duyulmadığını tanımlamıştır. Bu doğal olarak sitenizin textinde yer almalıdır.

Kural olarak, en popüler kelimelerde rekabet oranı çok yüksektir. Sitenizin neden gerçekçi bir fikirle hareket etmesi gerektiğinin cevabıdır. Arama sıralamalarında ilk 10.a giren siteleri değerlendirerek rekabet oranını görebilirsiniz:

- Arama sonuçlarında çıkan sitelerin ortalama PR oranları
- Bu sitelerin ortalama link sayıları
- Özel arama terimlerini içeren internet üzerindeki sayfa sayısı (arama sonuç sayısı)

- Benzer kelime grupları ile arama sonuç sayısı, kelime gruplarını noktalama işaretleri özelleştirilerek elde edilen arama sonuç sayısı.

Bu parametreler size indirek olarak sitenizi ne kadar güçlkle arama sonuçlarında üst sıralara çıkarabileceğinizi gösterir. Bunun yanı sıra tanımlanmış parametrelerle arama sonuçlarında çıkan sitelerin DMOZ gibi dizinlere kayıtlı olduğunu kontrol edin.

Yukarıda bahsedilen parametrelerin analizi ve bunların kıyaslanması ile kendi sitenizin üst sıralara çıkma şansınızı görebilirsiniz.

Tüm kelimeleriniz için bu rekabet etme oranınızı değerlendirerek orta popülerlikteki kelimelerinizi seçebilir ve bu kelimeler optimizasyonunuza başlayabilirsiniz.

5.4 Kelime gruplarınızı incelemek

Yukarıda bahsedildiği gibi, arama motor servisleri sık sık hatalı kelime bilgisi vermektedir. Bunun anlamı büyük ihtimalle ilk kelime seçme teşebbüsünüzde siteniz için optimum kelime grubunu elde edemeyeceğinizdir. Siteniz yayına devam ederken siz bazı başlangıç uygulamalarıyla işinizi kolaylaştırabilecek bazı ek kelime istatistikleri elde edeceksiniz. Örnek olarak sitenizin arama sonuçlarında üst sıralarda çıkabileceği ek kelime grupları istatistiklerine sahip olabilirsiniz. Bu bilgiler ile açık bir şekilde siteniz için iyi ve kötü kelimeleri seçebileceksiniz.

Kötü kelimeleri tespit ettikçe siteniz için iyi kelimeler bulabilirsiniz. Şunu görmeniz mümkündür örneğin; optimize etmeyi düşünmediğiniz halde arama sonuçlarında 2 ya da 3.sayfada çıkabilen bir kelimeyi tespit edebilir ve bu kelimeyi optimize ederek hatırı sayılır, faydalı ziyaretçileri sitenize çekebilirsiniz.

Bu metodu kullanmakla, bu kelime için sitenizde yeni sayfalar oluşturabilir, bu kelimeleri daha fazla içeren güzel içerik elde edebilirsiniz. Bu sizin için güzel bir yöntem olacaktır.

Bu seo yöntemini defalarca tekrarlayarak siteniz için optimum kelimeleri tespit edebilir ve dikkate değer artan bir trafiğe ulaşabilirsiniz.

İstatistiklere göre; bir sitenin ana sayfası toplam arama motorlarından gelen trafiğin % 30-%50'sini oluşturmaktadır. Bu sizin ana sayfanızı doğru bir şekilde optimize etmeniz gerektiğinin cevabıdır.

6. Arama motorları ile ilgili çeşitli bilgiler

6.1 Google SandBox

2004 yılının başlarında, yeni ve gizemli bir kelime ortaya çıktı "Google Sand Box". Bu Google'un yeni siteleri arama sonuçlarından çıkarmak için kullandığı yeni filtrenin adı idi. SandBox filtresinin çalışması arama sonuçlarında fiilen görünmemesini sağlar. Bu içeriği zengin, büyük hatta yasal teknikler kullanarak açılmış yeni siteler için de geçerlidir. Eski siteler için bu güzel gibi görünse de diğer geçerli siteler bu durumdan gerçekten etkilenmektedir. Sandbox hakkında şimdiye kadar net kesin bir açıklama gelmedi. Yani sandbox gerçekten var mıdır yok mudur Google tarafından kesin bir dille açıklanmış değildir. Buna rağmen aşağıda bazı seo çalışmalarını için göz önünde bulundurulması gereken yaklaşımlar almaktadır:

- Sandbox yeni siteler için uygulanan bir filtredir. Yeni siteler sandboxa girer ve arama motoru bunu normal bir site kategorisine alana kadar orada kalır.
- Yeni sitelere verilen yeni linkler için kullanılan bir filtredir SandBox. İlk madde ile arasında temel bir fark bulunmaktadır. SandBox bu maddedeki açıklamalara göre sitenin yaşını değil aldığı backlinkin yaşını göz önünde bulundurmaktadır. Diğer bir deyişle Google siteye normal davranıyor fakat onu tanyana kadar geçen süreçte aldığı herhangi bir linki yok saymaktadır.

Backlinkler sıralama faktörlerinden biri olduğu gibi, arama sonuçlarında bu backlinklerin bulunmaması da eş değerdir. Yukarıda bahsedilen maddelerden hangisi doğru olduğunu söylemek gerçekten zordur. Ama ikisinin de tamamen var olduğunu da söylemek mümkündür.

- Bir site sandbox'ta 3 ay ile 1 yıl arasında kalabilir. Belki de daha fazla burada bulunabilir. Ama şunu da söyleyebiliriz ki siteler sandboxta grup halinde yer alırlar. Bunun anlamı her sitenin sandboxta kalma süreleri hesaplanamaz, ama bunu gruplar halinde söylemek mümkündür. Farklı zamanlarda oluşturulmuş siteler, gruplar halinde aynı zamanda sandboxtan çıkarılır.

Tipik belirtiler şunu göstermektedir ki, sandboxtaki siteniz şunları içerir :

- Siteniz Google tarafından normal olarak indexlenir ve arama botları düzenli olarak sitenizi ziyaret eder.
- Sitenizin bir PR değeri vardır ve backlinklerinizi doğru bir şekilde gösterir.
- Sitenizin adresi ile yaptığınız aramaların sonuçları doğrudur. Sitenizin başlığı vs. hepsi görüntülenir.
- Siteniz arama motorları tarafından bilindiği için çok nadir olarak bazı kelimeler veya gruplardan sitenize ziyaretçi gönderilebilir.
- Siteniz diğer sorgularda ilk bin içerisinde çıkmaz. Bazen siteniz ilk 500-600 sıralama içinde yer alabilir. Bu tabii ki sizin sandboxta olmanız gerçeğini değiştirmez.

Sandboxta filtresini bypass etmenin pratik bir yolu yoktur. Sandboxtan çıkmak için bazı öneriler bulunsa da, bunlar çok fazla işe yaramamaktadır. Sandboxtan kurtulmanın en kesin yolu sabırla beklemektir.

6.2 Google LocalRank

25 Şubat 2003'de Google LocalRank olarak isimlendirilen yeni bir algoritmanın patentini aldı. Bu fikir sayfaların global link alıntılarına göre değil de, topiclerde uygulanan sayfaların özel sorgularla ilişkilerinin nasıl olduğu temeline dayanmaktadır. LocalRank algoritması pratikte kullanılmamaktadır. Buna rağmen, patent çeşitli ilginç yenilikleri içermektedir. Sanırız ki birçok seo uzmanı konu hakkında fazla bilgiye sahip değil. Hemen hemen tüm arama motorları zaten sayfaların konu başlıklarını dikkate almaktadırlar.

Görünen o ki, LocalRank algoritmaları farklı görünse de patent çalışmaları bize LocalRank'ın nasıl uygulanacağını öğrenmemize izin verecektir.

Bu bölümü okurken, teprik bilgilerin pratik uygulamalar için yol haritaları barındırdığını aklınızda tutunuz.

Aşağıdaki 3 madde LocalRank'in uygulaması hakkında ana fikir vermektedir.

1. Bir algoritma arama sorgusuyla alakalı kesin sayıda dökümanın sayısı için kullanılır (N). Bu dokümanlar başlangıçta bazı kriterlere göre sıralanır (Örnek olarak PageRank). Bu kriterin nümerik değeri bize OldScore'u verir.

2. Her NN seçilen sayfa yeni sıralama prosedürüne göre incelenir ve bu da yeni bir sıralamayı verir. Buna da LocalScore denir.

3. Her sayfa için OldScore ve LocalScore değerleri birbirileri ile çarpılır, ve NewScore denilen yeni bir değer elde edilir. Sonuç olarak arama sıralamaları bu NewScore değerine göre yapılır.

Bu algoritmadaki esas işlem yeni sıralama (NewScore) işlemidir ki, bu bize her sayfa için yeni bir LocalScore sıralaması verir.

6.3 Seo ipuçları, varsayımlar, incelemeler

Bu bölüm ilginç bir araya getirilmiş ve kullnışlı ipucu fikir ve tahminlerin yer aldığı makalelerin özetidir.

- Önemli kaynaklara konunuzla alakalı sitelere uygun kelimelerle linkler verin. Arama motorları aynı konuyla alakalı kaliteli sitelere link veren siteleri sever.
- FFA sitelerine ve arama sonuçlarından çıkartılmış sitelere link vermeyin. Aksi sizi daha az değerli yapar.
- Bir sayfa asla 50-100'den fazla dışarıya link vermemelidir.
- İdeal kelime yoğunluğu sıklıkla tartışılan konulardan birisidir. Bu sorunun gerçek cevabı ideal bir kelime yoğunluğu olmadığıdır. Yani ideal kelime yoğunluğu oranı her arama sorgusu için değişebilir. Tavsiyemiz ise her özel sorgu için üst sıralarda çıkan siteleri incelemeniz. Bu size optimum kelime yoğunluğu için ciddi anlamda bir yaklaşım verecektir.
- Arama motorları yaşlı sitelere daha fazla önem vermekte ve bunları sonuçlarında daha dengeli olarak değerlendirmektedir.

- Arama motorları sürekli olarak gelişen siteleri tercih etmektedir. Gelişen siteler yeni bilgileri ve yeni sayfaları bünyesinde bulundurur.
- Arama motorları, .edu, .mil, .gov gibi sitelere daha fazla önem vermektedir. Çünkü bu sitelerdeki bilgilerin güvenilirliği daha fazladır.
- Arama motorları arama sonuçlarından gönderdiği bir siteyi ziyaret eden ziyaretçilerin tekrar hızlı bir şekilde arama sonuçlarına geri dönmelerini izler. Bunun anlamı çok sayıda ziyaretçinin arama sonuçlarından gittiği sitenin konuyla alakadar olamayacağı yargısına varmaktır. Bu da bu tarz sitelerin arama sonuçlarında daha aşağı sıralara gerilemesi ile sonuçlanır.
- Eş anlamlı kelimeleri kullanmayı ihmal etmeyin. Arama motorları bu tarz sitelere önem vermektedir.
- Arama motorları çok hızlı bir şekilde backlink alan siteleri yapay reklam yapabileceğine karar verebilir. Bunun sonucu da sıralamada aşağılara düşmektir. Bu tartışmalı bir konu olsa da bu metod rekabetçilerin daha kötü sıralama değerleri ile sonuçlanmaktadır.
- Google, backlink aldığımız sitelerin IP adreslerini göz önünde bulundurmaktadır. Aynı veya benzer hostlarda barınan sitelerin birbirlerine verdiği backlinkleri dikkate almamaktadır.
- Arama motorları domain sahiplerinin bilgilerini kontrol etmektedir. Bu domainlerin sahiplerinin verdiği linkler kontrol edilerek, kendi sitelerinden gelen linklere daha az önem vermektedir.
- Arama motorları uzun süreli register edilmiş domainleri daha fazla tercih etmektedir.

6.4 Doğru içerik oluşturmak

Birçok sebepten dolayı doğru içerik sitenin tanıtımında en önemli rolü oynar. Bu bölümde bu sebeplerden bazılarını anlatacağız. Ayrıca size bazı önerilerle sitenizi güzel içerikle nasıl popüler hale getireceğinizi anlatacağız.

- **Özgün İçerik:** Arama motorları daha önce yayınlanmamış özgün içeriğe değer vermektedir. Bu sizin için neden diğer sitelerden çalıntı içerik almamanız gerektiğinin cevabıdır. Kural olarak orijinal bilgi kaynağı olan siteler her zaman arama sonuçlarında daha yukarıda çıkarlar.
- Bir site oluştururken asla arama motorlarını düşünmeyin, önceliğiniz kesinlikle insanlar olmalıdır. Sitenizi ziyaret edecek insanları bulmak sizin için ilk adımdır ve en kolay olanıdır. Gerçekten zor olan site bu ziyaret

gelen insanları sitenizde tutmak ve onları müşteriye çevirmektir. Bunu ise sadece gerçek insanların ilgilerini çekecek iyi bir içerik ile başarabilirsiniz.

- Site üzerindeki bilgileri güncelleyin ve düzenli aralıklarla yeni sayfalar ekleyin. Arama motorları düzenli olarak gelişen siteleri sevmektedir. Aynı zamanda daha kullanışlı yazılı içerikler, siteye gelen ziyaretçilerin daha fazla ilgisini çekmektedir. Sitenizin konusuna uygun makale yazın, ziyaretçilerin tercihlerini yayınlayın ya da projenizi tartışmak için forum oluşturun. Forum ise aktif tutulabilecek kadar yeterli sayıda ziyaretçi varsa kullanışlı hale gelecektir. İlginç ve etkili içerik garantili olarak size etkili ziyaretçiler getirecektir.

- Belirli bir konudaki ilginç bir sitenin diğer sitelerde tartışma yorum gibi ortamlarda backlink alma şansı daha fazladır. Bu inceleme ya da değerlendirmeleri takip eden ziyaretçilerden de sitenize ziyaretçiler gelebileceği gibi, bu backlinkleri arama motorları da çok sevecektir.

- Son olarak da; yapabileceğinizin en iyisini yapın. Eğer nefes kesici, heyecan verici ve yaratıcı düz yazılar yazabiliyorsanız, işte bu mükemmeldir. Buna rağmen, bir çoğumuz bu tarz bir kabiliyete sahip değiliz ve teknik yazar ve profesyoneller gibi uzmanlara güvenmek durumundayız. Bu tabii ki ekstra bir harcama demektir. Fakat bunun geri dönüşü gerçekten mükemmel olacaktır.

6.5 Domain ve host seçimi

Son zamanlarda, herhangi bir kişi herhangi bir kabiliyeti olmasa da bir sayfa oluşturabilmektedir. Aynı zamanda oluşturulan bu sayfaları yayınlatabilmeleri için ücretsiz host siteleri bulunmaktadır. Birçok internet servis sağlayıcıları da yakında müşterilerine bu hizmeti sunacaklar.

İlk ve en önemli şey şudur ki aşağıda saydığımız sebeplerden dolayı kesinlikle kendinize ait domaininiz olmalıdır.

- Bir projenin kendine ait bir domaininin olmaması o proje hakkında geçiciymiş imajı vermektedir. Ashında, kendiniz de düşünebilirsiniz, neden kendine ait bir ismi bile olmayan bir projeye güvenelim ki. ISP tabanlı hostinglerde ücretsiz materyalleri kullanmak mümkündür ancak ücretsiz

domainler üzerinde başlayan ticari projeler başarısızlığa uğramaya mahkûmdur.

- Kendi domaininize sahip olmanız, aynı zamanda kendi hosting şirketine sahip olacağınız anlamını da taşımaktadır.

Şimdi de domain(alan) adı seçerken dikkat etmeniz gereken birkaç ipucu:

- Kolay hatırlanabilir ve bir kerede telafuz edilebilir kelimeleri seçmeyi deneyin.
- Alan adı uzantısı olarak .com'u seçmeyi tercih edin. .net, .org, .biz gibi alan adı uzantıları daha az tercih edilenlerdir.
- Oluşturacağınızı site bölgesel bir site ise, o bölgeye ait uzantıyı seçmeniz daha fazla olabilir. (Alman siteleri için .de gibi.)
- Oluşturacağınız site çoklu dille yayın yapacaksa, bu tek site için iki adet alan adı tahsis etmeniz daha kullanışlı olabilir. Doğal arama motorları çeşitli diller için oluşturulmuş alt bölümlerden ziyade yukarıda bahsedildiği gibi iki ayrı domainli sitelere daha fazla önem verebilir.

Seçtiğiniz tescil firmasına göre bir domainin tescil bedeli yıllık 10 ila 20 dolar arasında değişmektedir.

Şimdi ise hosting konusuna gelelim. Hosting firması seçerken aşağıdaki maddeleri göz önünde bulundurmanızı tavsiye ederiz;

- Erişim bant genişliği
- Server uptime (çalışılabilirlik süresi.)
- Her GB başına bedel ve önceden ödenmiş trafik miktarı
- Site için en iyi host lokasyonu, ziyaretçilerinizin en fazla geldiği coğrafik bölgedir.

Hosting servis bedeli ufak projeler için aylık 5-10 dolar arasında değişmektedir.

Alan adı ve hosting seçerken kesinlikle "free" tekliflerden kesinlikle kaçının. Hosting şirketleri bazen müşterileri için ücretsiz domainler teklif edebilir. Bunda dikkat edilecek en önemli husus ise, bu domainlerin sizin üstünüze mi yoksa hosting şirketinin üzerine mi tescillendiğidir. Bunun anlamı da alan adı sizin adınıza kayıt edilmediğinden dolayı bu domainle alakalı bir hosting değiştirme planınızın olmayacağıdır. Bunda ısrarcı olmanız

durumunda da bu domaini satın alabilmek için astronomik ücretler ödemek zorunda kalacağınızdır.

6.6 Site adresini değiştirmek

Projenize ait site adresini değiştirmeniz gerekebilir. Belki de kaynak yetersizliğinden dolayı free bir hosting üzerinde başlattığınız proje gelişmiş ve daha ticari bir hale gelmiş olabilir ya da başlattığınız proje ile alakalı daha jenerik bir domain ismi satın almış olabilirsiniz. Her halükarda yeni adrese taşınmak problemlili ve hoş olmayan bir iştir. Öncelikle, yeni adresinizi neredeyse en başından tanıtılmak zorunda kalacaksınız. Bu yüzden taşınma işiniz kaçınılmaz ise, olabildiğince iyi bir şekilde yapmalısınız.

Bu konuda bizim tavsiyemiz ise, yeni hostinginizde, yeni alan adınızla özgün bir içerikle yeni bir site oluşturun. Eski siteniz üzerinde oldukça görünür bir yere yeni sitenize link verin. Eski sitenizin işeriğini kesinlikle tamamen silmeyin.

Bu yaklaşım size arama motorlarından hem eski sitenizden hem de yeni sitenizden ziyaretçilerin gelmesini sağlayacaktır. Aynı zamanda, ilave konu ve kelimeleri edinme şansı edineceksiniz.