

SEO (Arama Motoru Optimizasyonu)

SEO (Search Engine Optimization)

DOI: 10.5281/zenodo.10051795

Mustafa Cankut KURT¹

SEO (Arama Motoru Optimizasyonu), web sitelerinin arama motorlarında² daha iyi sıralamalara sahip olması için yapılan bir dizi teknik, strateji ve uygulama bütünüdür. SEO'nun temel amacı, belirli anahtar kelimelerle ilgili aramalarda üst sıralarda yer alarak daha fazla organik web trafiği çekmektir. Burada “organik” kavramı, herhangi bir ücret ödemedi kullanıcı aramasında ilgili web sitesinin üst sıralarda yer alması anlamını taşımaktadır (Shennoy ve Parabhu, 2016, s. 1; Graphone ve Couzin, 2011, s. 4).

SEO uygulamaları bir web sayfasının; daha fazla kullanıcıya ulaşmasını, reklam vermeye kıyasla çok daha kalıcı sonuçlar elde etmesini, uygun bir bütçeyle kitlelere hitap etmesini, veri analizi imkanlarına ulaşmasını, rekabet avantajı elde etmesini ve genel olarak daha fazla potansiyel müşteriye ulaşarak hizmet ve ürünlerini daha kolay biçimde tanıtabilmesini sağlayabilmektedir (Shennoy ve Parabhu, 2016, s. 2-5).

Temelde SEO uygulamaları ilk olarak iki farklı dala ayrılmaktadır. Black-Hat ve White-Hat olarak yapılan bu ayrıma göre Black-Hat etik olmayan biçimde arama motorlarının manipüle edilmesi amacıyla kullanılmaktadır. Bu tür web sayfaları daha fazla trafik elde etmek ve kullanıcıya erişebilmek amacıyla çok sayıda bağlantı ve anahtar kelimeyle “doldurulmuştur”. Ancak arama motorları sahip oldukları algoritmaları her geçen gün geliştirmekte ve bu yöntem etkisini kaybetmekte, dahası bu yöntemleri uygulayan sayfalar kalıcı olarak arama motorundan çıkarılmaktadır. Diğer taraftan White-hat SEO olarak adlandırılan yöntem ise organik trafiği elde etmek amacıyla geliştirilmiş uzun süreli ve planlı stratejiler bütünüdür. Web sayfalarına kullanılan bağlantılar ve anahtar kelimeler kullanıcıyı aldatmayı değil web sayfası deneyimini iyileştirmeye odaklanmaktadır. Bu siteler arama motorları tarafından belirlenen kurallara uyum sağlamakta ve iş birliği halinde çalışmaktadır (Shennoy ve Prabhu, 2016, s. 5-6; Ledford, 2015, s. 24).

Uygulama tekniği açısından bakıldığında ise SEO On-Page -sayfa içi- ve Off-Page -sayfa dışı- olarak adlandırılan iki tekniğe dayanmaktadır. On-Page SEO, web sayfasının; içeriği, başlıkları, meta açıklamaları, URL bağlantıları, resim ve fotoğraflar, iç bağlantılar ve diğer sayfa öğelerine odaklanırken, Off-Page SEO ise

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Gümüşhane Üniversitesi, cankutkurt@gmail.com, ORCID: 0000-0002-5542-9934.

² Arama motoru, web sayfaları hakkında bilgi toplamak için kullanılan uygulama ve yazılımlardır. Toplanan bilgiler bir web sayfası içeriğini, sayfanın URL'sinin, sayfayı oluşturan kodun ve sayfadaki bağlantıları gösteren anahtar kelimeler veya ifadelerdir. Kullanıcı anahtar kelimeler yardımıyla arzu ettiği içeriği aramak için arama motorlarını kullanır (Ledford, 2015, s. 5). Google, Yandex ve Bing gibi uygulamalar günümüzdeki en popüler arama motorlarındandır.

web sayfasıyla doğrudan ilgili bulunmayan ve sayfa sahibinin kontrolü olmayan uygulamaları ifade etmektedir. Sosyal medya paylaşımları, kullanıcı deneyimlerinin paylaşıldığı forumlar, bloglar ya da sektör dergileri gibi kullanıcıları sayfaya yönlendirecek içerikler bu tekniğin uygulamalarıdır (Grappone ve Couzin, 2011, s. 395; Shennoy ve Prabhu, 2016, s. 7-8).

Başarılı bir SEO çalışmasında:

- Sayfa içeriği birbiriyle uyumludur. Arama sonucunda sayfayı ziyaret eden kullanıcılar arama terimleriyle, sayfa içeriği arasındaki bağlantıyı görebilmelidir. Ayrıca sayfayı oluşturan diğer içerikler de birbiriyle uyumlu, belirli bir örüntüye göre düzenlenmiş ve kullanıcıyı içerik açısından tatmin edici bir yapıya sahiptir.
- Sayfa içerikleri özgündür. Sayfa ziyaretçileri farklı sitelerde görebilecekleri alışılmış ve kopyalanmış içeriklerden ziyade özgün ve yenilikçi fikirler içeren web sayfalarını pek çok kez tekrardan ziyaret edebilirler.
- Sayfada yer alan metinler yazım kurallarına uygun ve profesyonel olarak hazırlanmıştır. Metinler ve cümleler okumayı kolaylaştıracak biçimde kısa ya da orta olarak düzenlenmiştir.
- Uzun metinlerin gerekli olduğu durumlarda alt başlık ve numaralandırmalar kullanılmıştır. Metnin özeti ve ana hatlar tanımlanmış, ziyaretçi aradığını bulabilmek için uzun metinler arasında "boğulmamalıdır".
- Anahtar kelimeler kullanılmış ancak gereğinden fazla kullanımdan kaçınılmıştır. Kullanıcının web sayfasını arama motorunda bulabilmesi için anahtar kelimeler gereklidir. Ancak söz konusu anahtar kelimeler içerikle uyumlu ve doğrudan içeriği çağrıştıran sözcüklerden oluşmalıdır.
- Web sayfaları kullanıcıları bir eyleme yönlendirmektedir. Kullanıcı arama motoruyla web sayfasına yönlendirildikten sonra sayfayı; beğenmeye, tekrardan ziyaret etmeye, diğer kullanıcılarda paylaşmaya ya da abone olmaya yönelmelidir (Ledford, 2015, s. 181).

Söz konusu bu maddeler ön plana alınarak yürütülen başarılı bir SEO çalışması sonucunda web siteleri, sosyal medya hesapları ya da dijital mağazalar arama motorlarında daha üst sıralarda görünür hale gelir, bu da daha fazla organik trafik anlamına gelmektedir. Daha yüksek sıralama, artan organik trafik, etkileşimi yüksek ziyaretçiler, yüksek dönüşüm oranları, artan marka bilinirliği, rekabet üstünlüğü, daha iyi kullanıcı deneyimi, veri analizi ve geri bildirim gibi sonuçlar anlamına gelmektedir. Ayrıca not edilmelidir ki, SEO sürekli güncellemeler gerektiren, uzun vadeli bir stratejidir. Değişken yapıya sahip arama motorları ve rekabet koşulları, SEO çalışmalarının sürekli olarak gözden geçirilmesini gerekli kılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Arama Motoru Optimizasyonu, SEO, Web Sayfası, Dijital.

Kaynakça

Grappone, J., & Couzin, G. (2011). Search Engine Optimization (SEO): An Hour a Day. John Wiley & Sons.

Ledford, J. L. (2015). Search engine optimization bible (Vol. 584). John Wiley & Sons.

Shennoy. A, ve Parabhu. A, (2016). Introducing SEO: Your quick-start guide to effective SEO practices. Apress, Berkeley, CA. doi, 10, 978-1.