



ISSN:1306-3111
e-Journal of New World Sciences Academy
2009, Volume: 4, Number: 3, Article Number: 1C0085

EDUCATION SCIENCES

Received: October 2008
Accepted: June 2009
Series : 1C
ISSN : 1308-7274
© 2009 www.newwsa.com

Tuncay Sevindik
Firat University
tsevindik@firat.edu.tr
Elazig-Turkey

ARAMA MOTORLARI OPTİMİZASYONU VE GENEL KULLANIMI

ÖZET

Arama motorları optimizasyonu, son yıllarda öne çıkan yeni bir kavramdır. Bu kavram internet tabanlı platformlarda yer alan web sayfaları ve bu web sayfalarının öne çıkma yarışı içerisindeki rekabet durumunu yansıtan bir yapılanmadır. Arama motorları optimizasyonu genel itibarıyla *meta*, *title* ve *description* komutlarıyla ilişkili bir konudur. Bu araştırma, Türkiye’de ve yurt dışında yer alan web sayfalarının arama motorları optimizasyonu açısından analiz edilmesini amaçlamaktadır. Bu çalışmada, online alışveriş ve uzaktan eğitim kavramları örnek ifade olarak seçilmiştir. Yapılan çalışma neticesinde web sayfalarının arama motorları içerisinde nasıl optimize edildiği ortaya çıkarılmış olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Arama motoru, Optimizasyon, Web, Meta, Title

THE SEARCH ENGINES OPTIMIZATION AND GENERAL USE

ABSTRACT

The optimization of the search engines is a concept which has been becoming prominent in recent years. This concept is a structure reflecting the competition status of the web pages in search of becoming on the top of these search engines. The optimization of the search engines is, in general, a subject related to *meta*, *title* and the *description* of web pages. The aim of this study is to analysis the web pages being in Turkey and abroad in terms of the optimization of search engines. In the light of the research results, how the web pages optimized in the search engines is expected to be revealed.

Keywords: Search Engine, Optimization, Web, Meta, Title



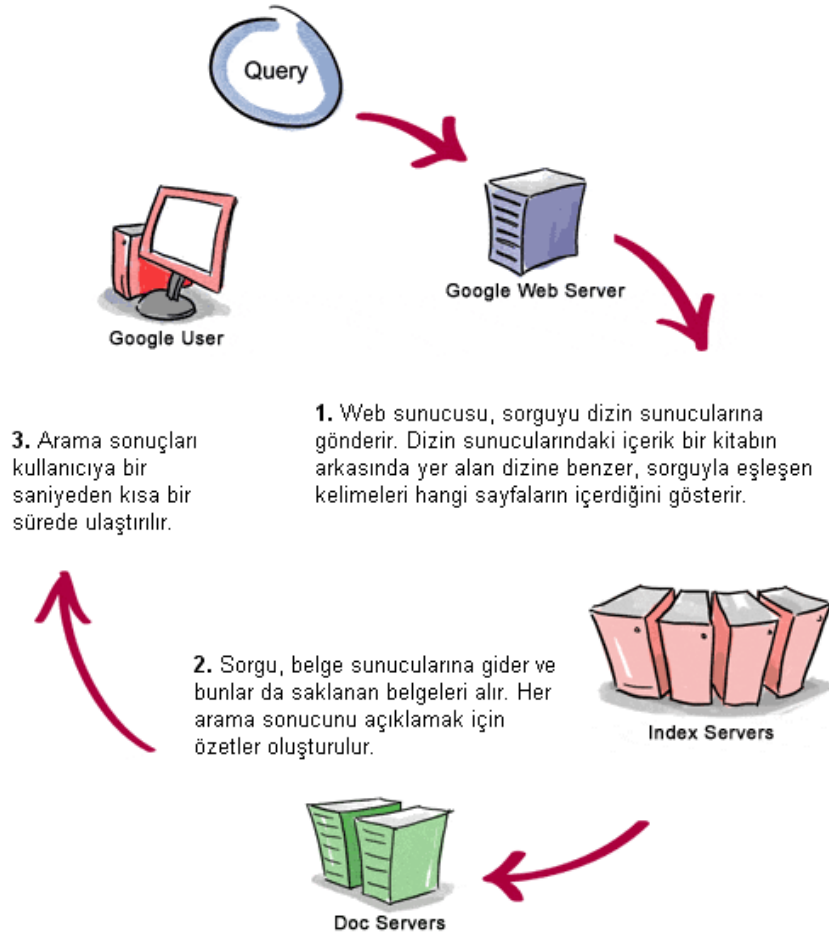
1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Arama motorları günümüzde en çok kullanılan web araçlarından biridir. İnternette sörf yapan ya da interneti herhangi bir nedenle kullanmak isteyen her birey aradığı ürüne ulaşmak için mutlaka arama motorlarını kullanma gereksinimi hissetmektedir. Bugün dünyada internet tabanlı platformlar üzerinde yapılandırılmış pek çok arama motoru mevcuttur. Bu arama motorlarına örnek olarak google, yahoo, altavista, lycos ve Türkiye'den de türknet verilebilir. Bu arama motorlarının birincil görevi istemci ile sunucu arasında köprü oluşturmaktır. Bu köprünün işleyişinde sunucu tarafında oluşturulan web sayfasının arama motorları ile optimizasyonu söz konusudur. Yapılan bu optimizasyonla, ulaşılmak istenilen web sayfası ile ilgili aramalar neticesinde, arama motoru tarafından verilen sonuçlar mutlaka ilgili web sayfasının yazacağı kodlardaki optimizasyonla ilgili olacaktır.

Arama motorlarının çalışma şekilleri her geçen gün büyük bir değişim göstermektedir. Günümüz kullanıcıları arzuladığı anahtar kelimeyi arama motoruna ilişkin bölüme girdiğinde anlık olarak cevap beklemektedir. İki binli yılların başındaki teknolojiye döndüğünde bunun mümkün olmadığı, sunucu tarafındaki sayfadan cevapların uzun süre beklendiği ve arama motorlarının eşleştirme mantığı ile çalışması sebebiyle ilgisiz sayfalarında arama motorlarınca listelendiği görülmekteydi.

Arama motorlarının tarihsel gelişim süreci içerisinde ortaya çıkan önemli öğelerden bir tanesi de arama motorları optimizasyonunun bir meslek haline dönüşme şeklidir. Bu durum karşımıza SEO uzmanlarını çıkartmaktadır. SEO uzmanlarının görev tanımlaması: web sayfalarının arama motorlarının içerisinde en güncel ve en iyi şekilde optimize edilmesidir.

Bu çalışma, arama motorları optimizasyonu olarak bilinen ve İngilizce karşılığı Search Engine Optimization (SEO) olan yapının mevcut kullanım şekillerini incelemeyi amaçlamaktadır. Aşağıdaki şekilde bir arama motorunun genel sorgusu görüntülenmektedir.



Şekil 1. Arama motoru genel sorgusu
(Figure 1. Search engine general query)

Kaynak: <http://www.google.com/corporate/tech.html> [1]

Genel sorgu, öncelikle arama motorlarına bir sorgu gönderilmesi ile başlar ve bu sorgu arka planda kendine eşdeğer yapıyı aramasıyla devam eder. Son olarak, doküman sunucusunda gizli belgeler özet şeklinde ortaya çıkar ve sonuç listesi hazırlanır. Şekil 1'de bu işleyiş gösterilmektedir.

2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ (RESEARCH SIGNIFICANCE)

Arama motorları optimizasyonu ülkemizde web tasarımcılar tarafından son yıllarda kullanılmakta olan fakat farklı bir meslek olarak tanımlanabilecek bir yapıdır. Ülkemizdeki yeri dünyadaki uygulamalara göre çok zayıf durumdadır. Bu bağlamda SEO kavramının ülkemiz web tasarımcıları ve internet uygulama geliştiricilerinin farkına varmaları yönüyle büyük bir etki olacağı kaçınılmazdır. Bu nedenle araştırma internet teknolojileri açısından önem gösterecektir.

3. İLGİLİ LİTERATÜR (LITERATURE)

Thies yapmış olduğu çalışmada SEO kavramının dijital çağın en önemli mesleklerinden bir olduğunu ifade etmektedir. Thies'in çalışmasında önemli olarak görülen ve belirginleşen noktalar şunlardır; web sayfalarının son zamanlarda otomatik içerik belirleme sistemleriyle hazırlandığı ve bu nedenle arama motorlarının optimize



edilmesinde önemli sıkıntılar yaşandığı görülmektedir. Bu sıkıntıların neticesinde de hazırlanan web sayfalarının son kullanıcılara arama motorları aracılığıyla ulaşılabilirliğinin kısıtlandığı görülür. Yine benzer şekilde, SEO'ların optimizasyonu ile üst sıralarda yer alabilmek için sayfalarda bedava ulaşılabilirlik kriterlerinin yer alması gerekir. Thies, web sayfalarının optimize edilmesinde %80 oranında benzerlikler görüldüğünü ifade etmektedir. Tüm bunların yanında web tasarsımı yapan uzmanlarında bedava ulaşılabilirlik kriterlerine uyması, web tasarımcıların arama motorlarına ait örümcek ve ajanlara yakalanma gibi sayfa tasarım özelliklerine dikkat etmesi gerekir [2].

Killick'in yapmış olduğu çalışmada web ortamlarında işinizi kurma konusunda SEO kavramının önemi üzerinde durulmuştur. Pazarlama sektöründe yirmi beş milyonun üzerinde site olduğu, bunların tümünün öne çıkma çabası içerisinde olduğu, ancak bunun sadece efektif bir SEO yönetimiyle gerçekleşeceğini ifade etmektedir. Ayrıca Killick'in çalışmasında web sitesi tasarımlarında flash uygulamalarından kaçınılması gerekliliği üzerinde durulmaktadır. Flash uygulamalarının genellikle video tabanlı uygulamalar için kullanılması gerektiğini önermektedir. Ayrıca heading olayının da başlık olarak arama motorlarında efektif bir etki bırakacağını ifade etmektedir [3].

SEO uygulamalarında kullanılan uygulamalardan bir tanesi heading etiketleridir. Bu etiketleri kullanırken arama motorlarının örümcek apletlerle bu etiketleri öncelikli olarak taradığı bilinmektedir. Bu durum hazırlanan web sayfalarının arama motorları içerisinde üst sıralarda yer alması açısından büyük bir önem taşımaktadır.

Seoteknikleri.com adlı sitede yapılan çalışmalarda, seo uzmanlarının arama sonuçlarını değiştiren kriterler açısından bilmesi gereken genel seo ifadeleri sıralanmaktadır. Arama sonuçlarının liste değerini değiştiren faktörler aşağıda sıralanmıştır.

- **Domain Uzantısı, Sunucu Lokasyonu ve Sayfa Dili:** Kullanıcının lokal bir arama motorunda arama yapması durumunda arama motorunun hangi coğrafyaya yönelik olduğuna göre domain uzantıları, sayfanın bulunduğu sunucunun lokasyonu, webmaster tarafından Google'a bildirilmiş hedef kullanıcı coğrafyası gibi bilgiler sayesinde sonuçlar tekrar sıralanır.
- **İnternet Protokolü (IP) ve Lokasyon Verileri:** Arama sonuçları, aramayı yapan kullanıcının bulunduğu lokasyona bağlı olarak dinamik olarak farklı şekilde sıralanır. Tam olarak doğru çalışmasa da herhangi bir arama yaptığınız zaman çıkan URL'nin sonuna "&gl=us" gibi ülke kodlarını ekleyerek farklı lokasyonlara gönderilen farklı sonuçları görebilirsiniz.
- **Kopya İçerik Filtreleri:** Web üzerinde çok nadir olan ama birçok farklı sayfalarda aynı şekilde yayınlanan bir makalenin içeriğinde bulunan bir terimi aratırsanız benzer sayfalar içerisinden bir tanesi listelendikten sonra diğerleri filtrelenecektir. Arama motorları, belirli bir terim arandığı zaman birbirinden farklı ve en alakalı sonuçları sunmaya çalışacaklardır. Aynı bilgileri içeren sonuçları benzer içerik bile olsa alt alta sunma işlemi sonuç kalitesini düşüreceği için farklı kriterlere bakılarak bir içerik dışındakiler sıralamalar esnasında filtrelenirler.
- **Aynı Siteden Sonuçlar:** Bir arama için, belirli bir sitenin içeriğinde web'deki bütün diğer dökümanlara oranla daha alakalı birçok sayfa bulunabilmesine rağmen iki sayfadan sonrası filtrelenir. Çeşitli sonuçlar sunabilmek için yapılan bu işlem



alt alanlar (subdomainler) içinde daha fazla uygulanmaya başlamıştır.

- **Dil ve Ülke Seçimi:** Kullanıcı tarafından belirli bir ülke veya dil içerisinde arama opsiyonları seçildiyse sonuçlar seçimlere göre filtrelendirir.
- **Sekme Sonuçları ve Genel Kullanıcı Davranışlarına Göre Sıralama:** Arama sonuçları aynı aramayı yapan diğer kullanıcıların, sonuçların içerisinde hangilerini seçtiğine, ne sürede geri çıktıkları gibi verilere bakılarak tekrar sıralanır. Alt sıralarda olup ama daha çok rağbet gören ve aramaları sonlandırdığı algoritmik olarak anlaşılan sonuçlar yukarı çekilir.
- **Daha Önceki Arama Stilleri ve Tercih Edilen Sonuçlara Göre Sıralama:** Kişiselleştirilmiş aramanın gittikçe daha önemli bir hale geldiği günümüzde özellikle login olmuş şekilde yapılan daha önceki aramalar ve seçimler daha sonraki arama sonuçları arasında sıralama farkları oluşturacaktır.
- **Wiki Gibi Takip Edilebilen Kullanıcı Tercihlerinin Etkisi:** Google Wiki sisteminde yukarı ve aşağı oy verilen sonuçların sıralamalar üzerinde etkilerinin kesin olarak kullanıldığını açıklamasa da birçok kullanıcı tarafından yukarı çıkması gerektiği düşünülen sonuçların arama kalitesini yükseltmek için kullanılması muhtemeldir.
- **Trafiğin Sıralamalara Etkileri:** Yüksek trafik alan sitelerin sonuçlarının yukarılarına itilmesi birçok durumda görülmektedir. Özellikle spor aktiviteleri veya yılın belirli zamanlarında yapılan aktiviteler gibi sezonsal terimlere sebep olan aramalarda ya da internet dışı sebeplerden bir anda aranmaya başlanan terimlerde yüksek trafik alan siteler, alakalı olduğu terimler için yukarı sıralara çıkacaktır.
- **Belge Yaşı ve Güncellenme Tarihi:** Arama yapılan terimin türüne (bilgi, araştırma, satış odaklı) göre aranılan sonuçların güncel olması gerektiği düşünülen durumlarda daha güncel dokümanların yukarı çekilmesidir.
- **Yazım Hataları:** Yazım hatalarının kesin olduğunun düşünüldüğü durumlarda, "bunu mu demek istediniz?" sorusu ile birlikte doğru yazım olduğu düşünülen sonuçlarında arama sonuçlarına eklenmesi.
- **Sonuçlar Arası Link Bağlantıları:** Belirli bir terim için en alakalı ilk 1,000 veya farklı bir sayıda sayfa kümesi içindeki link bağlantıları yapısı sonuçların sıralarını etkileyecektir.
- **Eşanlı ve Semantik Kelimelerin Etkileri:** Herhangi bir arama için sunulan sonuçların arasına arama terimi ile bağlantılı veya eşanlı olduğu düşünülen terimler ile ilgili sonuçlar eklenebilir veya sıralamalar değiştirilebilir.
- **PPC ve Organik Sonuçların Aynı Sayfada Olması:** MSN tarafından alınan bir patent ile öne sürülen fakat Google gibi motorlarda organik sonuçların kalitesini bozmamak ve reklam verenleri kaçırmamak için kullanılmayan bir yöntem aynı sayfa içerisinde hem PPC (ücret karşılığı sunulan sonuç) hem de aynı sayfa için bir organik sonuç bulunması durumunda organik sonucun gösterilmemesi.
- **Ceza Filtreleri:** Belirli terimler için cezalandırılmış sayfaların indekste olmalarına ve alakalı kabul edilmelerine rağmen sonuçlar arasından çıkartılmalarıdır [4].



Tüm bu uygulamaların yanında sayfaların başlık durumları da büyük bir önem ifade etmektedir. Bu anlamda aşağıda heading yapıları açıklanmıştır.

Heading etiketi sitelerimizde başlıkları oluşturmamıza yarıyor. Heading etiketleri <h1>'den başlayarak <h6>'e kadar büyükten-küçüğe doğru devam eder. Arama motorları site için başlıklandırmalara çok önem verir. Bu yüzden arama motorları içersindeki sitemizin verimliliği ve başarısı için Heading etiketinin site içersinde kullanılması çok önemlidir. Heading uygulamalarını kullanmamızın bir başka gerekçesi cascading style sheet adını verdiğimiz (CSS) uygulamalarda rahatlıkla düzeltme imkanı sağlamasıdır. CSS uygulamaları web tasarımında yazı fontu, büyüklüğü konularında yardımcı olmaktadır. Bu nedenle CSS'lerde yapacağımız uygulamalarda ki her türlü değişiklik headinglere yansıtacaktır. Aşağıda sunduğum örnekte title ifadeleri headingler içersine gömülü olarak yazılmıştır. Sitemiz içersinde Heading etiketini şöyle kullanacağız.
<h1 title="Uzaktan Eğitim"> Uzaktan Eğitim </h1>

Arama motorlarında optimizasyon yapmanın en önemli gerekçesi arama motorlarında üst sıralarda yer almaktır. Bu amaçla sıralamayı belirleyen 7 temel faktör vardır.

Bu temel faktörler, SEO tekniği yardımıyla belirlenirler [8].
Bunlar;

- Sayfanın ismi aratılan bilgiyi içeriyor mu?
- Sayfanın başlığı (title) aratılan kelimeleri içeriyor mu?
- Sayfanın anahtar kelimeleri (keywords) içinde aratılan bilgi var mı?
- Sayfanın tanım (description) kısmında aratılan bilgi geçiyor mu?
- Sayfanın içeriğinde aratılan kelime kaç kez geçiyor?
- Sayfanın düzeyi' (level) düşük mü?
- Bu sayfaya diğer sitelerden köprüler (link) var mı [5]?

4. YÖNTEM (METHOD)

Bu araştırma betimsel tarama modeline uygun olarak yapılandırılmıştır. Araştırmanın evrenini google arama motoru içersinde kullanılan anahtar kelimeler oluşturmaktadır. Araştırma örneklemini google arama motorunun Türkçe ve İngilizce versiyonları içersinde tesadüfi yöntemle belirlediğimiz "uzaktan eğitim", "distance education", "online alışveriş", "online shopping" kavramları oluşturmaktadır. Türkçe kavramlar Türkçe google versiyonda, İngilizce kavramlar ise İngilizce google arama motorunda incelenmiştir.

5. SEO PROBLEMLERİ (SEO PROBLEMS)

Arama motorlarının optimize edilmesinde her arama motorunun kendine ait geliştirmiş olduğu teknik vardır. Bu geliştirilen yapılar daha çok art niyetli kullanıcılara önlem olarak geliştirilmektedir. Art niyetli kullanıcıların problem olarak ortaya çıkan davranışları şunlardır;

- Web tasarımcısının site içeriği ile ilgili olmayan içerikleri kullanarak hit artırımına gitmesi.
- Siteye ait title bölümünde içerik dışında gereksiz ayrıntıların sunulması.
- Web sitelerinin güncellenmemesi.
- Web sitelerinin farklı sitelerden beslenmesi.



Arama motorları optimize edilirken bu tip problemlere karşı yapılanmalar önlem olarak geliştirilmektedir.

6. GENEL SEO ETİKETLERİ (GENERAL SEO TAGS)

Meta Etiketlerinin işlevini şöyle belirtebiliriz: Web sitesi hakkında bilgileri tutmak. Meta Etiketleri; sitede gözükmez ve arama motorlarına site hakkında bilgi vermek için kullanılır. Meta Etiketleri sayesinde sitenizi google'a en iyi biçimde tanıtılabiliyorsunuz. Meta Etiketleri, web sitenize seo bakımından büyük fayda sağlıyor. Meta etiketlerini sitenizin <head>...</head> etiketleri arasına yerleştirmelisiniz. Meta Etiketlerini sitemize eklerken XHTML uyumluluğuna dikkat ederek eklemeliyiz. Mesela meta etiketlerini normalde şöyle kapatırdık > artık böyle değil şöyle kapatacağız />. Örnek: <meta name="description" content="site açıklaması" />. Aşağıda temel meta etiketlerini açıkladım, tanımladım, örnekledim.

- **Abstract:** Siteniz hakkında bilgi veren kısa bir metin.
<meta name="abstract" content="site özeti" />
- **Description:** Google gibi arama motorlarının dikkate aldığı siteniz hakkında kısa bilgi verilen temel etiketlerden birisidir.
<meta name="description" content="siteniz hakkında kısa açıklama" />
- **Keywords:** Sitenizin içeriğini ve sitenizi tanıtan kelimeleri, aralarına virgül konularak girilen ve google gibi arama motorları tarafından dikkate alınan temel bir meta etikettir. Kelimeleri ne kadar doğru seçerseniz arama motorlarında o kadar etkili olursunuz.
<meta name="keywords" content="kelimebir, kelimeiki, kelimeuc" />
- **Revisit-After Tag:** Sitenizin içeriğini arama motorlarının kaç günde bir güncellendiğini gösteren temel meta etikettir.
<meta name="revisit-after" content="7 days" />
- **Redirect:** Redirect temel meta etiketi sayesinde sitenizin belli bir zaman sonrasında başka bir siteye/sayfaya yönlendirmeye yarıyor. Aşağıdaki kodda 2 saniye sonra ibrahimcakici.com anasayfasına yönlenecektir [6].
- **Generator:** Sitenizde hangi içerik yönetim sistemi kullanıyorsanız, sistemin adını generator temel meta etiketine yazıyoruz. Google gibi arama motorları için çok faydalıdır [1]. WordPress sistemi için örnek kullanım: <meta name="generator" content="WordPress" />

7. BULGULAR VE YORUMLAR (FINDINGS AND COMMENTS)

Araştırmanın bu bölümünde online alışveriş, online shopping, uzaktan eğitim, distance education kavramları google ingilizce ve google Türkçe sitelerinde incelenmiştir.

İngilizce Google Sitesinde Yapılan Arama Sonuçları ve Analiz

- Distance Education Kavramının Optimizasyon Sonucu
<http://www.google.com/webhp?hl=en>
Arama motorları optimizasyonu olarak "distance education" ifadesi google arama motorunda yazıldığında, dünyadaki örnek web siteleri ilk üç olarak şu şekilde sıralanmaktadır.
1- http://en.wikipedia.org/wiki/Distance_education
2- www.uwex.edu/disted/



3- www.indiastudycenter.com/univ/distance-education.asp
a) http://en.wikipedia.org/wiki/Distance_education

Distance education - Wikipedia

Distance education, or distance learning, is a field of education that focuses on the pedagogy and andragogy, technology, and instructional systems design...

Wikipedia her zaman arama kurallarına uygun hareket ettiği için google arama motorlarında üst sıralarda optimize olması kaçınılmazdır. Title olarak kullanılan başlıkta "Distance Education" arama motoru tarafından temel alınır ve devamındaki "Wikipedia, the free encyclopedia" tüm sayfalarda olduğu için bu aramada göz ardı edilir. Bu durumda title kısmındaki "Distance Education" kelimesi arama kelimesi ile aynıdır ve bu siteye yüksek puan getirir.

<title> Distance education - Wikipedia, the free encyclopedia </title>

Wikipedia sitesinde descriptin tagı olmadığı görülmektedir. Bu durumda arama motoru sitenin içeriğindeki metinlerden faydalanıp konu ile ilişkili bir "description" görüntülemektedir. Bu açıklama genellikle geniş metnin sıra dışı olan ilk cümlesinden oluşur.

```
<meta name="keywords" content="Distance education, Special:Search/Distance education, 2007, 2008, 2009, Andragogy, Associated degrees, Athabasca University, Audiocassette, August 6, Bachelor degrees"/>
```

b) www.uwex.edu/disted/

Distance Education Clearinghouse.

Brings together distance education information and resources from Wisconsin, national and international sources.

<http://www.uwex.edu> isimli site adından anlaşılacağı üzere (EDU) bir eğitim sitesi. Sitenin title başlığındaki "Distance education" önemlidir. Fakat, devamındaki fazlalık "Clearinghouse" bu siteye olumsuz bir izlenim katmaktadır. Sitenin diğer sayfaları gezildiğinde "Clearinghouse" görülüyor ve sitenin içeriğinde de bu kavram yer almadığı için title kısmına olumsuz etki ediyor.

<title>Distance Education Clearinghouse</title>

Bu siteye baktığımızda arama kelimesinin "keywords" ve "description" isimli meta tagları içinde kullanılmış olduğunu görüyoruz.

```
<meta name="keywords" content="distance education, distance learning, overviews, journals, glossaries, technologies, videoconferencing, teleconferences, training" />
<meta name="description" content="The Distance Education Clearinghouse is a comprehensive and widely recognized web site bringing together distance education information and related resources from Wisconsin, national, and international sources. It is maintained by the University of Wisconsin-Extension." />
```




c) www.indiastudycenter.com/univ/distance-education.asp
*List of **Distance Education** Universities & Institutions in India...List of Distance Education Universities & Institutions in India. Also includes list of institutions that offers courses in Open University / Open School...*

<http://www.indiastudycenter.com> isimli site bir eğitim sitesidir ve başlık kısmındaki "& Institutions in India - IndiaStudyCenter.com" kısmı arama motoru tarafından göz ardı edilmiştir. Geriye kalan ve önem arzeden kısım olan esas başlık "List of **Distance Education** Universities" olarak ele alınmıştır. Buradaki arama kelimesinin önündeki "List of" ve sonundaki "Universities" sitenin arama puanını düşürecektir.

<title>List of Distance Education Universities & Institutions in India - IndiaStudyCenter.com</title>

Aynı şekilde bu sitede title ile uyumlu meta bileşenleri de kullanılmıştır.

<meta name="description" content="List of **Distance Education Universities & Institutions in India. Also includes list of institutions that offers courses in Open University / Open School mode" />**

<meta name="keywords" content="distance education, open university, distance mode, open mode, correspondence education, correspondance education" />

- Online Shopping Kavramının Optimizasyon Sonucu

Arama motorları optimizasyonu olarak "online shopping" ifadesi google arama motorunda yazıldığında, dünyadaki örnek web siteleri ilk üç olarak şu şekilde sıralanmaktadır.

- 1- www.overstock.com
- 2- www.tesco.com
- 3- www.amazon.com

a) www.overstock.com

*Overstock.com: **Online Shopping** - Bedding, Furniture, Electronics...*

*Purchase name brands at clearance prices at Overstock.com!
Buy discounted name brand Bedding, Furniture, Jewelry, Watches, Electronics, Clothing, Books, ...*

Daha önceki örneklerde ifade edildiği gibi site ismi bu tip bir aramada göz ardı edilir. Site ismini geçtiğimizde arama kelimesinin iki ayırıcı işaretle tek cümle olarak ayrıldığını görüyoruz. Çift nokta ve tire işareti, bu durum kelimeyi cümleden izole ediyor ve öne çıkarıyor (" : Online Shopping -").

<title>Overstock.com: **Online Shopping - Bedding, Furniture, Electronics, Jewelry, Clothing & more </title>**

Sitenin keyword kısmında arama kelimesi geçmektedir. Description kısmında aranacak kelimenin geçmediği görülmektedir. Bu durumda alt sıradakilerin de description tagını başarılı bir şekilde kullanamadığı anlaşılmaktadır.

<meta Name="description" Content="Purchase name brands at clearance prices at Overstock.com! Buy discounted name brand Bedding, Furniture, Jewelry, Watches, Electronics,



Clothing, Books, Movies, and Music for the lowest prices every day.">

```
<meta Name="keywords" Content="best price, cheap, wholesale, discounts, deals, cheap, online store, online shopping, name brand, merchandise, liquidate, liquidator, sale, lowest prices, low prices, savings, free, bargains, values, bedding, furniture, electronics, jewelry, watches, apparel, overstock, overstock.com">
```

b) www.tesco.com

*Online Grocery **Shopping** & Delivery Service - Tesco.com Home Shopping for less from Tesco.com. Find our full range of groceries for delivery online, as well as thousands of affordable non-food products from Tesco...*

Arama motorunda ikinci sırada yer alan sitemizde aranacak kelimenin ara kısmında, yabancı bir kelime olmasına rağmen aramada üst sıralarda görüyoruz. Bu durumda title yanında meta taglarının etkisine bakmak gerekecektir. Sitenin adındaki "Grocery" kelimesinin sitenin amacı olma durumu da etkilidir. Yani bu kelime sitenin diğer sayfalarında sıkça kullanılmışsa sitenin adı gibi önemli bir kriter olduğu, fakat bu aramada göz ardı edildiği anlaşılır. Siteye baktığımızda "Grocery" isimli büyük bir kategorisi olduğu ve online sebze sattığı anlaşılıyor. Bu durumda, google aradaki kelimeyi sanki site ismi gibi mevcut aramadan hariç düşünecektir. Sonuç olarak title "**Online Grocery Shopping**" ile başlamış sayılır.

```
<title>Online Grocery Shopping & Delivery Service - Tesco.com</title>
```

Aynı şekilde tesco.com isimli sitenin keyword kısmında "online shopping" kullanıldığını, fakat description tagında bu kelimenin olmadığını görmekteyiz.

```
<meta name="Keywords" content="online shopping, online groceries, food shopping online, grocery shopping, online delivery, tesco delivery, tesco.com" />
```

```
<meta name="Description" content="Home Shopping for less from Tesco.com. Find our full range of groceries for delivery online, as well as thousands of affordable non-food products from Tesco Direct. Clubcard points on all purchases, and UK wide delivery. Every Little Helps." />
```

c) www.amazon.com

*Amazon.com: **Online Shopping** for Electronics, Apparel, Computers...*

Online shopping from the earth's biggest selection of books, magazines, music, DVDs, videos, electronics, computers, software, apparel & accessories, shoes,...

Burada ilginç bir durumla karşılaşılıyor. Amazon.com aslında ziyaretçi sayısı bakımından diğerlerinden fazla hit almasına rağmen listelemede üçüncü olarak görünüyor. Title başlıklarına bakıldığında, anlamlı kelime kısmında diğerlerinin daha başarılı olduğu görülüyor.



Amazon aramasında title kısmını oluşturan cümlemiz "Online Shopping for Electronics" şeklinde uzun bir cümle karşımıza çıkıyor. Cümlenin uzun oluşu arama puanını düşürürken, sitenin elektronik hariç çok geniş bir yelpazesi olduğu anlaşılıyor. Eğer Amazon.com sitesindeki title "online Electronics shopping" olsaydı ve ürünlerinin çoğunun title kısmında electronics geçseydi birinci sırada çıkabilirdi.

```
<title>Amazon.com: Online Shopping for Electronics, Apparel, Computers, Books, DVDs & more</title>
```

Üçüncü siteye baktığımızda iki meta tagında arama kelimesinin olduğunu görüyoruz. Fakat title kısmı arama açısından daha etkili olduğu için bu site üçüncü sırada kalıyor.

```
<meta name="description" content="Online shopping from the earth's biggest selection of books, magazines, music, DVDs, videos, electronics, computers, software, apparel & accessories, shoes, jewelry, tools & hardware, housewares, furniture, sporting goods, beauty & personal care, broadband & dsl, gourmet food & just about anything else." />
```

```
<meta name="keywords" content="Amazon, Amazon.com, Books, Online Shopping, Book Store, Magazine, Subscription, Music, CDs, DVDs, Videos, Electronics, Video Games, Computers, Cell Phones, Toys, Games, Apparel, Accessories, Shoes, Jewelry, Watches, Office Products, Sports & Outdoors, Sporting Goods, Baby Products, Health, Personal Care, Beauty, Home, Garden, Bed & Bath, Furniture, Tools, Hardware, Vacuums, Outdoor Living, Automotive Parts, Pet Supplies, Broadband, DSL" />
```

Türkçe Google Sitesinde Yapılan Arama Sonuçları ve Analiz

- Uzaktan Eğitim Kavramının Optimizasyon Sonucu
<http://www.google.com.tr>
Arama motorları optimizasyonu olarak "uzaktan eğitim" ifadesi google arama motorunda yazıldığında, ülkemizdeki örnek web siteleri ilk üç olarak şu şekilde sıralanmaktadır.

- 1- www.ido.sakarya.edu.tr
- 2- [http://tr.wikipedia.org/wiki/Uzaktan_eğitim](http://tr.wikipedia.org/wiki/Uzaktan_e%C4%9Fitim)
- 3- www.yesevi.net

a) www.ido.sakarya.edu.tr

Sakarya Üniversitesi - Uzaktan Eğitim Merkezi ÖSS ile öğrenci alan bilgisayar programcılığı, bilgi yönetimi, işletme dallarında önlisans programları, kayıt ve kredi bilgileri, duyurular,...

Birinci sırada çıkan Sakarya üniversitesinin Title başlığındaki üniversite ismi göz ardı edilecek olursa, geriye kalan uzaktan eğitim etiketi, aramalarda üst sırada çıkışın sebebinin açıklanmaktadır. Meta tagları bulunmadığı için bu konuda yorum yapılamayacaktır.

```
<title>Sakarya Üniversitesi - Uzaktan Eğitim Merkezi</title>
```

b) [http://tr.wikipedia.org/wiki/Uzaktan_eğitim](http://tr.wikipedia.org/wiki/Uzaktan_e%C4%9Fitim)

Uzaktan eğitim - Vikipedi Uzaktan eğitim öğrenci ile öğretmenin fiziksel olarak aynı ortamda olmaması durumunda kullanılan eğitim teknolojilerindedir. ...



Wikipedia her zamanki gibi Title cümlesi tam olarak arama kelimesi ile geliyor. Meta kısmında keyword var fakat description bulunmuyor. Wikipedia burada tek sayfa yazıdan ibaret olmasına rağmen Ciddi bir rakibi olmadığı için ikinci sıraya yerleşmiş durumda.

```
<title>Uzaktan eğitim - Vikipedi</title>
<meta name="keywords" content="Uzaktan eğitim,Asenkron
uzaktan eğitim,Açık Öğretim Lisesi,Beden
eğitimi,Bilgisayar,CD-ROM,Eğitim bilimleri,Eğitim
felsefesi,Eğitim psikolojisi,Eğitim tarihi,Eğitim
teknolojileri" />
```

c) www.yesevi.net

Ahmet Yesevi Üniversitesi-Uzaktan Eğitim Sistemi İşleyiş bilgileri ve kuralları ve bilgileri, örnek dersler, ders kapsam bilgileri, zaman çizelgeleri, duyurular.

Üçüncü sıradaki yesevi.net isimli site incelendiğinde herhangi bir title göremiyoruz. Bu durumda aramada meta incelemesi yapılmıştır, ancak Meta etiketinin de olmadığı kaynak dosyalarda görülmektedir. Yesevin.net isimli web sayfası google aramasında yan tarafta çıkan CACHE linkine tıklayınca şu ifade ile karşılaşılmaktadır;

"Bu terimler sadece bu sayfaya yönlendirme yapan bağlantılarda görülmektedir: uzaktan eğitim"

Yukarıda karşılaştığımız ifadenin karşılığı, birçok üniversite ve farklı siteler "Uzaktan eğitim" linkleri ile bu siteyi göstermektedir. Bu durumda google içi boş siteye bir anlam veremediği için ve ziyaretçi sayısı fazla olduğu için burasının önemli olduğunu işaret etmektedir.

- Online Alışveriş Kavramının Optimizasyon Sonucu
<http://www.google.com.tr>

Arama motorları optimizasyonu olarak "online alışveriş" ifadesi google arama motorunda yazıldığında, ülkemizdeki örnek web siteleri ilk üç olarak şu şekilde sıralanmaktadır.

- 1- <http://www.alisverissiteleri.net/>
- 2- www.hepsiburada.com
- 3- www.alisverisrehberi.com

a) www.alisverissiteleri.net

Alışveriş Siteleri | Türkiye'deki Online Alışveriş Mağazaları ...Çevrimiçi alışveriş sitelerine bağlantılar içeriyor.

www.alisverissiteleri.net sitesine baktığımızda "Online alışveriş" kelimesi ikinci cümlede görünmektedir aynı şekilde meta taglarına bakıldığında arama kelimesinin kullanılmış olduğu görülmektedir.

```
<title>Alışveriş Siteleri | Türkiye'deki Online Alışveriş
Mağazaları | AlisverisSiteleri.net</title>
```

```
<meta name="keywords" content="alışveriş, alışveriş
siteleri, online alışveriş, internetten alışveriş, alışveriş
rehberi">
```

```
<meta name="description" content="Online alışveriş
yapabileceğiniz alışveriş sitelerini inceleyin.">
```



b) **www.hepsiburada.com**

Hepsiburada.com : Akıllı Alışveriş : bilgisayar, elektronik, cep

www.hepsiburada.com sitesine baktığımızda title içerisindeki arama kelimesinin büyük bir cümlenin parçası olarak geçtiği görülüyor. Bu durumda arama puanı düşmektedir.

```
<title>Hepsiburada.com: Akıllı Alışveriş: bilgisayar, elektronik, cep telefonu ve daha binlerce ürün Türkiye'nin en büyük online alışveriş merkezi Hepsiburada.com'da</title>
```

Meta taglarına bakıldığında fazlaca uzun bir açıklama görülüyor. Title puanına benzer şekilde konu ile ilgisiz çok uzun açıklamalarda arama puanına ekisi yönde etki etmektedir. Eğer bu kalabalık açıklama içinde "online alışveriş" kelimesi birden fazla kez kullanılmış olsaydı hepsiburada.com sitesi ilk sırada çıkabilirdi.

```
<meta name="description" content=" Türkiye'nin online alışveriş merkezi. Bilgisayar, Cep Telefonları, Fotoğraf Makineleri, Ev Elektroniği Mutfak Beyaz Eşya, LCD Televizyon, Ofis Kırtasiye Büro online satın alabilirsiniz." />
```

```
<meta name="keywords" content=" Hepsiburada.com, Hepsiburada, Hepsiburda, Online Alışveriş, Taksitli Kredi Kartı ..." />  
</HEAD>
```

c) **www.alisverisrehberi.com**

Alışveriş Rehberi Online Alışveriş Siteleri Sanal Alışveriş Alışveriş Rehberi.com Türkiyedeki online alışveriş sitelerinin listelendiği web dizini. İnternette online alışveriş.

http://www.alisverisrehberi.com Sitesine baktığımızda Title içerisinde hiç virgül veya ayırıcı işaret kullanılmadığı görülüyor. Bu durum aramayı olumsuz yönde etkilemektedir.

```
<title>Alışveriş Rehberi Online Alışveriş Siteleri Sanal Alışveriş</title>
```

Meta taglarına bakıldığında arama kelimelerinin geçtiği fakat yine arama ile ilgili olmayan kalabalık bir içerikle karşılaşıyoruz. Bu durum olumsuz etki ederek siteyi üçüncü konumuna düşürmüştür.

```
<META name="keywords" content="Alışveriş, Sanal alışveriş, online alışveriş, sitesi, siteleri, internette, internet, online alışveriş siteleri, e alışveriş, ">
```

```
<META name="description" content="Alışveriş Rehberi.com Türkiyedeki online alışveriş sitelerinin listelendiği web dizini. İnternette online alışveriş">
```

Yukarıda yapılan tüm analiz ve optimizasyonların yapısal olarak title, meta name (keywords), meta name (description) referans kodları etrafında yoğunlaştığını göstermektedir. Bazı web sayfalarının ise farklı web sayfaları tarafından hitlerinin arttırılmasının da göz ardı edilmemesi gerektiğini belirtmektedir.



8. SONUÇ VE TARTIŞMA (CONCLUSION AND DISCUSSION)

Bu çalışmanın sonunda dünyada SEO kavramının yeni oluşmakta olan bir meslek olduğu görülmektedir. Ayrıca, SEO kavramı profesyonel olarak yapılmayan ve gereksiz kavram yoğunluğuna maruz kalan bir yapı içerisindedir. Seo uygulamalarına yönelik bulgular bölümünde dünyada en çok ilgi gören kavramların arama motorları optimizasyon bölümleri incelendiğinde amazon.com gibi dünyanın önde gelen alışveriş sitelerinin ilk üç içerisinde yer almasına rağmen, SEO kavramına öncelik veren kurumların sanal vitrin olarak bu sitelerin önüne geçtiği, yesevi.net isimli uzaktan eğitim kurumunun SEO optimizasyonu kötü olmasına rağmen çapraz yada dost sitelerin vasıtasıyla ilk üç içerisinde olduğu görülmektedir. Sonuç olarak title, meta description ve keywords kalıplarının akıllıca kullanıldığı sitelerde optimizasyonun önde olduğu, içerik kalabalığının anlamsız olduğu sitelerinde optimizasyon sonuçlarının arama listelerinde negatif sonuçlandığı görülmektedir.

Killick, Thies ve seoteknikleri.com isimli sistemin ilgili literatüre olumlu etki kattığı ve SEO yapılanmasında her türlü detayı SEO dünyasına kazandırdıkları görülmektedir.

KAYNAKLAR (REFERENCES)

1. <http://www.google.com/corporate/tech.html>, Erişim Tar: Mayıs 2009
2. Thies, D., (2009). SEO Fast Start:A Simple, Step by Step System For Better Results, www.seofaststart.com. Erişim Tar: Haziran 2009
3. Killick, C., (2009). Let's Cut The Chase Common Sense Search Engine Optimization for Small Business, (24/7) <http://www.craigkillick.co.uk/free-seo-book/>, Erişim Tar:Mayıs 2009
4. <http://www.seoteknikleri.com>. Erişim Tarihi: Mayıs 2009
5. Elmas, Ç., Orman, A. ve Dener, M., (2009). Arama Motoru Optimizasyonu Kullanılarak Tez Arama Motoru Geliştirilmesi, e-Journal of New World Sciences Academy 2009, Volume: 4, Number: 2
6. Çakıcı, İ., (2009). <http://www.ibrahimcakici.com/kategori/seoteknikleri>, Erişim Tar:Mayıs 2009