

GOOGLE KRİTERLERİ DENETİM LİSTESİ



REKNOVA®

Google'ın site ve sayfaları sıralarken 200'ün üzerinde sıralama kriteri kullandığını zaten biliyorsunuz.

Hepsini görmek için <http://www.reknova.com/google-siralama-kriterleri> adresini ziyaret edebilirsiniz. Peki ama bu 200 kriterden en etkili olanı hangisidir?

Ya da daha da önemlisi sitenizi daha yukarılara taşımak için daha çok hangi kriterlere KONSANTRE OLMALISINIZ?

Şanslısınız, çünkü en önemli 10 Google sıralama kriterini bulacağınız bu checklisti bir araya getirdik.



1

ANAHTAR KELİMENİN BAŞLIK ETİKETİNİN BAŞINDA OLMASI



Google bir başlık etiketinin başında bulunan anahtar kelimelere daha fazla ağırlık verir.

Örneğin, I “kilo verme yolları” anahtar kelimesi için sıralama çalışması yapacaksınız ve iki başlık arasında karar vermek

BAŞLIK #1

Nasıl kolay bir şekilde 10 kilo verme yolları

VEYA

BAŞLIK #2

Kilo Verme Yolları:
Kilolardan kurtulmak için 10 strateji

Google **başlık#1**'i “kilo verme yolları” konusuyla daha ilgili görecektir. Bu yüzden başlık #1 ile devam edeceksiniz. NE YAPMALIYIZ: hedef anahtar kelimenizi başlık etiketinizin başına yerleştirin.

NE YAPMALIYIZ: hedef anahtar kelimenizi başlık etiketinizin başına yerleştirin.

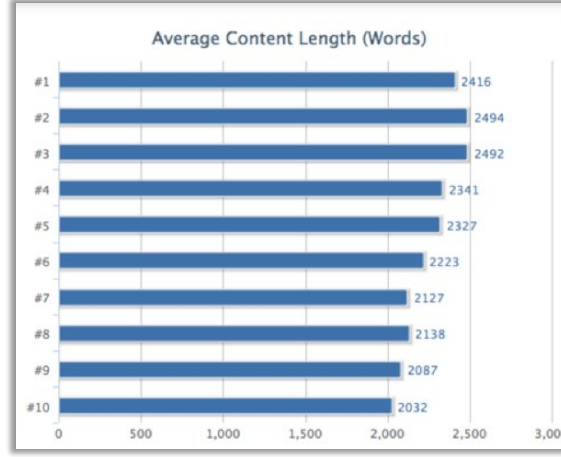


2

İÇERİK UZUNLUĞU



Pek çok sektör çalışmasında (örneğin [SERPIQ](#)) daha uzun içeriğin (1500+kelime) Google sıralamasında anlamlı bir şekilde yükseliş sağladığı belirtilmiştir:



Gördüğünüz gibi ilk 10 sıranın içerik ortalaması 2000 kelime civarındadır.

NE YAPMALIYIZ: Google'da sıralamanızı yükseltmek istiyorsanız en az 1500 kelime yazın.

3

SAYFA YÜKLEME HIZI



Bu çok ÖNEMLİDİR.

Sayfa hızı Google'ın kamuoyuna duyurduğu birkaç sıralama kriterinden biridir. Bu konu son derece önemlidir.

Google'ın PageSpeed Insights tool'unu kullanarak sayfanızın yükleme hızını kolaylıkla geliştirebilirsiniz.

NE YAPMALIYIZ: Sayfanızın yükleme hızını artırmak için [PageSpeed Insights](#) (sayfa hızlandırma aracı) kullanın.

Wordpress yazılımları [W3 Total Cache](#) ve [WP Smush It](#) (Her ikisi de ücretsizdir) kullanarak işleri hızlandırabilirsiniz.



4

ANAHTAR KELİMENİN GÖZ ÖNÜNDE BULUNMASI VE KONUMLANDIRMA



Bu günlerde Google anahtar kelime yoğunluğuna pek önem vermiyor olabilir. Ama bu demek değildir ki anahtar kelimeleri kullanmaktan vazgeçmiş olsunlar.

URL'niz, makalenizin başı, H2 etiketiniz gibi sayfanızın stratejik yerlerinde konumlandırılmış

hedef anahtar kelimeler de dahil olmak üzere tüm anahtar kelimeler Google'a sayfanızın o anahtar kelimeyle ilgili olduğu mesajını yollarlar.

NE YAPMALIYIZ: Başlık etiketinizin başında, bir makalenin ilk 100 kelimesinde, H2 ya da H3 etiketinde hedef anahtar kelimeniz yer alsın.

5

SAYFANIZIN GÜVENİRLİĞİ (AUTHORITY)/PAGE RANK

Sayfanızın güvenilirliği -gelen linklerin kalitesi ve sayısı ile değerlendirilir- şu ana kadar Google'ın kullandığı en önemli sıralama kriteridir.

Gerçek olan şudur, sayfanız güvenilir (authoritative) olmadığı sürece Google sıralamada görmezden gelecektir (neden görsünler ki?)

NE YAPMALIYIZ: Sayfanızın güvenilirliğini (authority) oluşturmak için [Guestographics](#) gibi beyaz şapkalı link oluşturma çözümlerini deneyin.

6

DOMAINİN GÜVENİRLİĞİ

Bir sayfayı değerlendirirken Google domainin güvenilirliğini bir bütün olarak da değerlendirir (Amazon ve YouTube gibi sitelerin neredeyse her şey için bir derecelendirme yapmasının sebebi budur)

Domainin Güvenirligini öğrenmek için [Open Site Explorer](#).

NE YAPMALIYIZ: Harika bir içerik oluşturarak (ve tanıtarak) Domain güvenilirliğinizi (authority) oluşturun.



7

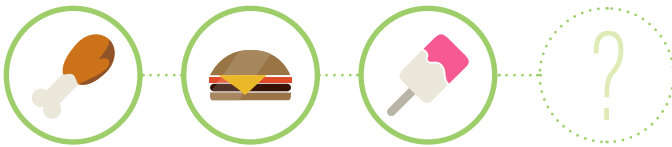
LİNKİN İLGİLİ OLMASI

Üzerinden geçtiğimiz gibi bir linkin güvenilirliği (authority) çok önemlidir.

Ama Google sizin sitenize yönelen linklerin ilgili linkler olması konusuna çok daha fazla hassasiyet göstermektedir. Aslında eski bir Google çalışan "[ilgililik yeni PR](#)"(page rank) demiştir.

Bu yüzden link aldığınız sitelerin alanlarının sizinle aynı olması konusunda özen gösterin. Yani organik gıda satan bir site yönetiyorsanız, ilgili sitelerden link alın... kamyonlar ya da dövmelerle ilgili bir siteden değil.

NE YAPMALIYIZ: Güvenilir ve ilgili sitelerden link almaya yoğunlaşın.



8

SİTEDE KALMA SÜRESİ



Google'da gezinen birisinin sizin sayfanıza geldiğinde eğilimleri ne yönde oluyor?

Sitenizde takılıyorlar ve sitenizdeki diğer sayfaları da ziyaret ediyorlar mı... yoksa arama sonuçları sayfasına hemen geri mi dönüyorlar?

Google, Google'da sayfanıza insanların nasıl reaksiyon gösterdiğiyle çok ama çok ilgi gösterir. Sitenizde geçirdikleri süre -buna sitede kalma süresi denir- çok önemli bir sıralama kriteridir.

NE YAPMALIYIZ: Sayfanızın “above the fold”(sayfanızın ilk açıldığında görüntülenen üst kısmı) kısmını karışıklıktan görüntü kirliliğinden ve ziyaretçiyi zorlayan uygulamalardan uzak tutun. Bu kısım ne kadar ilgi çekici olursa sitenizde kalma zamanı artacaktır. Tabii ki sıralamadaki yerinizde.

9

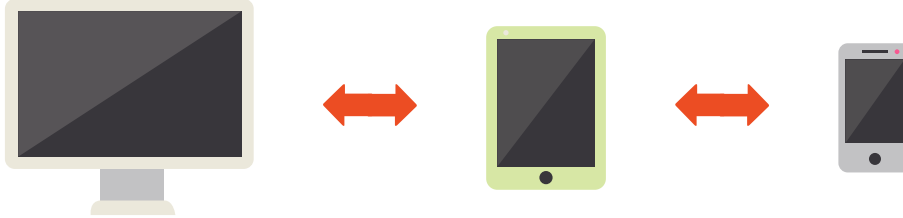
RESPONSİVE (UYUMLU) TASARIM



Şu andaki web trafiğinin yarısından fazlası mobil cihazlardan sağlanmaktadır. Google'ın resmi tutumu ayrı bir mobil websitesinin oluşturulmasındansa Responsive Design (mobile de uyumlu) bir site yapılması yönünde ([source](#)).

Hızlı yüklenen, mobil dostu responsive design bir site tablet ve akıllı telefonlardan arama yapan kişiler için daha yüksek bir sıralama sağlayacaktır.

NE YAPMALIYIZ: Sitenizin responsive tasarım olduğundan ve mobil kullanıcılar için de çok çabuk açıldığından emin olun.



10

ZAYIF YA DA KOPYA İÇERİK



Google güçlü ve orijinal içeriğe sahip siteleri derecelendirmek istemektedir. Benim tecrübelerime göre pek çok eski sitede zaman içinde junk “çöp” sayfalar birikmekte. Örneğin; arşiv ve kategori sayfaları. Çöp sayfaların zayıf ve/veya yinelenen sayfalar olması sitenizin sıralamasını aşağıya çekecektir.

NE YAPMALIYIZ: Sitenizi gözden geçirin zayıf ve kopya içerikli sayfaları silin ya da indeks dışı bırakın.