profaj



KONTROL LİSTESİ

SEO Başlangıç Kontrol Listesi

Teknik zeminden ölçüme, yedi adımda arama motorlarında görünür olun.

Bu İşte Beraberiz!

profaj.com

KAPSAM

SEO başlangıç kontrol listesi

Arama motoru optimizasyonu (SEO), sitenizin aradığınız kişiye doğru zamanda görünmesini sağlar. Sonuç sabır ister, ama temel işler bellidir. Bu liste, sıfırdan başlayan ya da sitesini gözden geçirmek isteyen işletmeler için yedi adımda hazırlandı.

1. Teknik zemin

- [ ] **Site https ile açılıyor**
  http adresleri https'e yönleniyor
- [ ] **Arama konsolu hesabı doğrulandı**
  Tarama ve dizine ekleme hataları izleniyor
- [ ] **XML site haritası var ve konsola gönderildi**
  Yalnızca dizine girmesini istediğiniz sayfalar içinde
- [ ] **robots.txt önemli sayfaları engellemiyor**
  Yönetim ve deneme alanları dışarıda
- [ ] **Her sayfanın tek, doğru adresi var (canonical)**
  Aynı içeriğin birden çok adresi yok
- [ ] **Mobil uyumlu**
  Metin okunuyor, düğmelere rahat basılıyor
- [ ] **Sayfa hızı kabul edilebilir**
  LCP 2,5 sn, INP 200 ms, CLS 0,1 eşiklerinin içinde
- [ ] **Bozuk bağlantı (404) yok**
  Taşınan sayfalar 301 ile yönlendirilmiş

Kaynak: Google Search Central ve web.dev "Core Web Vitals". Eşikleri yayın öncesi güncel belgelerden doğrulayın.

İPUCU

Ücretsiz arama konsolu ve analitik araçları, başlangıç için yeterlidir. Önce onları kurun, sonra ücretli araca ihtiyaç olup olmadığına karar verin.

2. ANAHTAR KELİME

Müşteri ne arıyor?

Anahtar kelime, müşterinizin arama kutusuna yazdığı ifadedir. Kendi bakış açınızdan değil, onun diliyle düşünün.

1 **Ürün ve hizmetlerinizi listeleyin**

Her biri için müşterinin kullanabileceği üç ila beş farklı ifade yazın.

2 **Arama niyetini belirleyin**

Bilgi arayan, karşılaştıran, satın almaya hazır ya da yerel (“yakınımda”) niyet. Sayfanın amacı niyete uymalı.

3 **Hacim ve rekabeti kontrol edin**

Arama aracı ve arama sonuçları sayfası size hacmi ve kimlerin çıktığını gösterir.

4 **Her sayfaya bir ana kelime verin**

Aynı kelimeye iki sayfa hedeflemeyin; kendi kendinizle rekabet edersiniz.

Sayfa	Ana anahtar kelime	Yan kelimeler	Niyet	Mevcut sıra

3. SAYFA İÇİ

Her sayfada bulunması gerekenler

- [ ] **Başlık etiketi (title)**
  Ana kelimeyi içerir, sayfaya özgü, genel olarak 60 karakteri aşmayan
- [ ] **Açıklama etiketi (meta description)**
  Ziyaretçiyi tıklamaya ikna eder, genel olarak 155 karakter civarı
- [ ] **Tek ana başlık (H1)**
  Sayfanın konusunu açıkça söyler
- [ ] **Alt başlıklar (H2, H3) mantıklı sırada**
  Okuyan konuyu başlıklardan anlayabilir
- [ ] **Adres (URL) kısa ve okunur**
  Türkçe karakter yerine sade harf, tire ile ayrılmış
- [ ] **Görsellerde alternatif metin ve uygun dosya adı**
  Görseli anlatan kısa cümle
- [ ] **Sayfa içi bağlantılar**
  İlgili sayfalara açıklayıcı bağlantı metniyle yönlendirir
- [ ] **Sayfanın sonunda net bir sonraki adım**
  Teklif iste, ara, indir, satın al

NOT

Başlık ve açıklama uzunlukları arama sonuçlarında kesilmemesi için yaygın uygulamadır; kesin kural değildir. Cümle bitmeden kesiliyorsa kısaltın.

Örnek: başlık ve açıklama yazımı

Alan	Zayıf	Güçlü
Başlık	Anasayfa | Firma Adı	Muğla'da Bahçe Düzenleme ve Peyzaj Hizmeti | Firma Adı
Açıklama	Firmamız hakkında bilgi alın.	Konuta ve işyerine özel bahçe projesi. Keşif için formu doldurun, 24 saat içinde dönelim.

4. İÇERİK

Sayfalar ve yazılar nasıl planlanır?

- **Ana hizmet sayfaları:** her hizmetiniz için ayrı, özgün bir sayfa. Alt sayfaları tek sayfada toplamayın.
- **Soru–cevap içeriği:** müşterilerin sık sorduğu soruları kendi sayfalarında yanıtlayın. Bu içerik, yapay zekâ destekli arama sonuçlarında da alıntılanmaya uygundur.
- **Blog ve rehberler:** bilgi niyetini karşılar, uzmanlığınızı gösterir. Ayda bir iyi yazı, ayda on zayıf yazıdan değerlidir.
- **Güncellik:** eski içerikleri yılda en az bir kez gözden geçirin; tarihi geçmiş bilgiyi güncelleyin ya da kaldırın.
- **Özgünlük:** kopyalanmış ya da başka sitelerden birebir alınmış metin kullanmayın.

Yazı kalitesi kontrolü

- [ ] Okuyucunun sorusunu ilk iki paragrafta yanıtlıyor
- [ ] Bilgi doğru, kaynağı belli ve güncel
- [ ] Kendi deneyiminizi ve örnekleri içeriyor
- [ ] Başlıklar ve kısa paragraflarla taranabilir
- [ ] Sonunda ilgili sayfaya bağlantı ve çağrı var

İçerik takvimi (ilk üç ay)

Ay	Yazılacak sayfa / yazı	Ana kelime	Sorumlu
1. ay			
2. ay			
3. ay			

5. YEREL VE DİĞER

Yerel görünürlük ve bağlantılar

Yerel SEO

- [ ] **İşletme profili oluşturulmuş ve doğrulanmış**
  Ad, adres, telefon, çalışma saatleri, kategori eksiksiz
- [ ] **Ad, adres ve telefon tüm sitelerde aynı yazılmış**
  Küçük farklar bile güveni azaltır
- [ ] **Fotoğraf ve güncel paylaşımlar eklenmiş**
  Gerçek mekân, ekip, ürün
- [ ] **Müşteri yorumlarına yanıt veriliyor**
  Olumlu ve olumsuz yorumlara kibarca
- [ ] **Konum sayfaları var**
  Şube ya da hizmet bölgesi için ayrı sayfa

Bağlantılar ve itibar

- Sektör dernekleri, yerel haber siteleri, iş ortakları ve sponsorluklardan doğal bağlantılar edinin.
- Satın alınmış ya da karşılıklı takas bağlantılardan kaçının; arama motorları bunları cezalandırabilir.
- Kaliteli bir bağlantı, yüz zayıf bağlantıdan iyidir.

Yapay zekâ destekli arama için hazırlık

- [ ] İşletmeniz, hizmetleriniz ve sık sorulan sorular net ve kısa cümlelerle yazılmış
- [ ] Yapısal veri (şema) işaretlemesi eklenmiş
- [ ] Güvenilir üçüncü kaynaklarda doğru ve tutarlı bilgiyle yer alıyorsunuz
- [ ] Uzmanlığı gösteren yazar ve hakkında sayfaları var

6. VE 7. ÖLÇÜM

Neyi, ne sıklıkla ölçersiniz?

Gösterge	Nerede bakılır?	Sıklık	Mevcut	Hedef
Arama trafiği (tıklama, gösterim)	Arama konsolu	Aylık		
Ana kelimelerin sırası	Arama konsolu / sıra takibi	Aylık		
Sayfa hızı ve mobil sorunlar	Arama konsolu, hız ölçüm araçları	Aylık		
Arama kaynaklı form ve arama	Analitik	Aylık		
Dizine eklenmeyen sayfalar	Arama konsolu	Haftalık		
Yeni ve kaybolan bağlantılar	Arama konsolu	Çeyreklik		

90 günlük eylem planı

Dönem	Yapılacaklar	Durum
1–30. gün	Teknik düzeltmeler, anahtar kelime çalışması, başlık ve açıklama güncellemesi	
31–60. gün	Ana hizmet sayfalarının yeniden yazımı, işletme profili, ilk iki yeni içerik	
61–90. gün	Soru–cevap içerikleri, bağlantı çalışması, ilk ölçüm raporu	

GERÇEKÇİ BEKLEYİN

SEO sonuçları genellikle haftalar ve aylar içinde görünür; süre, rekabete ve sitenin mevcut durumuna göre değişir. Sıralama garantisi veren hizmetlere dikkat edin.

PROFAJ YANINIZDA

Teknik denetim, anahtar kelime çalışması, içerik üretimi ve yapay zekâ destekli aramada görünürlük: SEO planınızı birlikte hazırlayabiliriz.

profaj



Aramalarda öne çıkmanız için yanınızdayız.

Profaj bir teknoloji ajansıdır. Kendi yapay zekâ teknolojilerimizi (Profaj AI Suite) üretir, markaların büyümesini strateji, yaratıcılık ve teknolojiyi birleştirerek yönetiriz. Türkiye'de ve uluslararası pazarda kurumsal şirketlere ve KOBİ'lere hizmet veririz.

TELEFON

+90 232 320 00 40 · +90 530 915 13 38

E-POSTA

profaj@profaj.com

WEB

www.profaj.com

Bu İşte Beraberiz!