

 Claude

Claude ile SEO/GEO Rehberi

V1



Bilal Dalgün

Kapsamlı bir yapay zeka ve yerel arama motoru optimizasyonu rehberi.

Önsöz

Değerli Okuyucu,

Dijital dünyanın hızla değişen dinamikleri içinde, arama motoru optimizasyonu (SEO) ve yapay zeka destekli yeni nesil arama motorları (GEO) her zamankinden daha kritik bir rol oynamaktadır. Bu e-kitap, Anthropic tarafından geliştirilen Claude yapay zeka modelinin bu iki alandaki potansiyelini keşfetmek ve sizlere pratik, uygulanabilir stratejiler sunmak amacıyla kaleme alınmıştır.

Amacım, sadece teorik bilgiler aktarmak değil, aynı zamanda Claude gibi güçlü bir aracı kullanarak dijital görünürlüğünüzü nasıl artırabileceğinizi, içeriklerinizi nasıl optimize edebileceğinizi ve yapay zeka çağında nasıl öne çıkabileceğinizi somut örneklerle göstermektir. Bu rehberin, dijital pazarlama yolculuğunuzda size ilham vermesini ve somut sonuçlar elde etmenize yardımcı olmasını dilerim.

Keyifli okumalar ve başarılı uygulamalar!

Saygılarımla,

Bilal Dalgün Head of SEO/GEO and AI Educator

Bölüm 1: Giriş: Yeni Bir Dönem Başlıyor

1.1. Arama Alışkanlıklarının Evrimi: Web 1.0'dan Yapay Zeka Çağına

Dijital pazarlamanın kalbinde yer alan "arama" kavramı, son yirmi yılda baş döndürücü bir hızla evrim geçirdi. Bu evrimi anlamak, günümüzün karmaşık dijital ortamında başarılı olmanın ilk adımıdır. İnternetin ilk günlerinde, Web 1.0 olarak adlandırılan dönemde, arama motorları basit anahtar kelime eşleşmelerine dayalı olarak çalışan dijital kütüphaneciler gibiydi. Kullanıcılar, aradıkları bilgiye ulaşmak için statik web sayfaları arasında geziniyordu. SEO (Arama Motoru Optimizasyonu) ise bu dönemde büyük ölçüde doğru anahtar kelimeleri doğru yerlerde kullanmaktan ibaretti.

Web 2.0'ın yükselişiyle birlikte sosyal medya, bloglar ve kullanıcı tarafından oluşturulan içerikler patlama yaptı. Arama motorları, sadece anahtar kelimelere değil, aynı zamanda sitenin popülerliğine, geri bağlantıların (backlink) kalitesine ve sosyal sinyallere de önem vermeye başladı. Google'ın PageRank algoritması bu dönemin sembolü haline geldi. SEO, teknik optimizasyonun yanı sıra bir itibar ve ilişki yönetimi disiplinine dönüştü.

Bugün ise yapay zeka (AI) ve büyük dil modelleri (LLM'ler) tarafından yönlendirilen yeni bir çağın eşiğindeyiz. Kullanıcılar artık sadece bilgiye ulaşmak için link listeleri istemiyor; doğrudan, bağlama duyarlı ve sohbet formatında yanıtlar bekliyor. Bu beklenti, arama motorlarını "yanıt motorlarına" (Answer Engines) dönüştürüyor. İşte bu noktada, geleneksel SEO'nun kuralları yeniden yazılıyor ve **GEO (Generative**

Engine Optimization - Üretken Motor Optimizasyonu) adında yeni bir disiplin doğuyor.

1.2. SEO ve GEO: İki Dünyanın Kesişimi ve Farklılıkları

SEO ve GEO, temelde aynı amaca hizmet eder: dijital görünürlüğü artırmak. Ancak bu hedefe ulaşmak için kullandıkları yöntemler ve odaklandıkları platformlar farklıdır. Bu iki kavramı net bir şekilde ayırt etmek, bütünsel bir dijital strateji kurmanın temelidir.

Arama Motoru Optimizasyonu (SEO), bir web sitesinin Google, Bing gibi geleneksel arama motorlarının organik sonuç sayfalarında (SERP) mümkün olan en yüksek sıralamayı elde etmesi için yapılan teknik ve içeriksel optimizasyonların bütünüdür. SEO'nun odak noktası, arama motoru botlarının web sitenizi kolayca taramasını, anlamasını ve dizine eklemesini sağlamaktır.

Üretken Motor Optimizasyonu (GEO) ise, içeriğinizin Claude, Google Gemini (eski adıyla Bard), Perplexity ve ChatGPT gibi üretken yapay zeka platformlarının yanıtlarında bir kaynak olarak gösterilmesini, alıntılanmasını veya referans verilmesini sağlama sanatıdır. GEO, anahtar kelime sıralamalarından ziyade, markanızın veya uzmanlığınızın yapay zeka tarafından üretilen yanıtlarda ne kadar güvenilir ve otoriter bir "varlık" (entity) olarak algılandığına odaklanır.

Özellik	SEO (Arama Motoru Optimizasyonu)	GEO (Üretken Motor Optimizasyonu)
Temel Amaç	Arama motoru sonuçlarında (SERP) üst sıralarda yer almak.	Yapay zeka yanıtlarında alıntılanmak ve kaynak gösterilmek.
Odak Noktası	Anahtar kelimeler, geri bağlantılar (backlinks), teknik yapı.	Varlıklar (Entities), E-E-A-T sinyalleri, yapılandırılmış veri.
Platform	Google, Bing, Yandex gibi geleneksel arama motorları.	Claude, Perplexity, ChatGPT, Google Gemini gibi yanıt motorları.
Başarı Metriği	Sıralama (Ranking), organik trafik, tıklama oranı (CTR).	Alıntılanma sayısı (Citations), marka bilinirliği, otorite skoru.
İçerik Stratejisi	Uzun biçimli, anahtar kelime odaklı içerikler.	Kısa, "parçalanabilir" (chunkable), olgusal ve veri odaklı içerikler.

Bu iki disiplin birbirinin rakibi değil, tamamlayıcıdır. Güçlü bir SEO temeli olmadan GEO'da başarılı olmak neredeyse imkansızdır, çünkü yapay zeka motorları da bilgi toplamak için büyük ölçüde geleneksel arama motorlarının dizinlerini kullanır. Ancak sadece SEO'ya odaklanmak, yapay zeka çağında görünürlüğünüzün önemli bir kısmını kaybetmenize neden olabilir.

1.3. Claude: Stratejik Bir SEO/GEO Ortağı

Bu yeni dijital ekosistemde, Anthropic tarafından geliştirilen Claude, işletmeler ve pazarlamacılar için güçlü bir stratejik ortak olarak öne çıkıyor. Claude, sadece metin üreten bir yapay zeka modeli değildir. Geniş bağlam penceresi (context window), gelişmiş mantık yürütme yetenekleri ve veri analizi kabiliyetleri sayesinde, SEO ve GEO süreçlerinin her aşamasında size yardımcı olabilir:

- **Veri Analizi ve Strateji Geliştirme:** Claude, rakip analizleri yapabilir, pazar boşluklarını tespit edebilir ve binlerce anahtar kelimeyi saniyeler içinde anlamlı gruplara ayırabilir.
- **İçerik Optimizasyonu:** Mevcut içeriklerinizi analiz ederek hem SEO hem de GEO için nasıl daha iyi hale getirilebileceğine dair somut öneriler sunabilir.
- **Teknik Denetim:** Karmaşık log dosyalarını veya site haritalarını analiz ederek teknik sorunları belirlemenize yardımcı olabilir.
- **GEO Uyumlu İçerik Üretimi:** Yapay zeka motorlarının seveceği, yapılandırılmış, olgusal ve E-E-A-T sinyalleri güçlü içerikler oluşturabilir.

Bu e-kitap, Claude'un bu yeteneklerini nasıl en üst düzeyde kullanacağınızı size adım adım gösterecektir. Amacım, size sadece teorik bilgi vermek değil, aynı zamanda Claude'u bir ekip arkadaşı gibi kullanarak iş sonuçlarınızı nasıl iyileştirebileceğinizi pratik örneklerle açıklamaktır.

1.4. Bu E-kitabın Amacı ve Yol Haritası

Bu rehber, Claude ile SEO ve GEO çalışmalarında ustalaşmak isteyen her seviyeden dijital pazarlamacı, işletme sahibi ve içerik üreticisi için tasarlanmıştır. Temel amacım, size ücretsiz olarak en güncel ve değerli bilgileri sunarak, bu bilgileri kendi

işinizde veya müşterileriniz için uygulamanızı sağlamak ve nihayetinde sizi bir sonraki adıma taşımaktır.

E-kitap boyunca izleyeceğimiz yol haritası şu şekildedir:

- **Bölüm 2:** Geleneksel SEO süreçlerini Claude ile nasıl 10 kat daha verimli hale getirebileceğinizi inceleyeceğiz.
- **Bölüm 3:** GEO'nun derinliklerine inerek, yapay zeka motorlarının düşünce yapısını ve bir içeriği nasıl "kaynak" olarak seçtiğini anlayacağız.
- **Bölüm 4:** Somut GEO stratejilerini ve Claude'u kullanarak bu stratejileri nasıl uygulayacağınızı öğreneceğiz.
- **Bölüm 5:** Size doğrudan kopyalayıp kullanabileceğiniz, test edilmiş bir Claude istem (prompt) kütüphanesi sunacağız.
- **Bölüm 6:** Elde ettiğiniz bu bilgileri nasıl bir iş değerine dönüştürebileceğinizi ve bizimle nasıl bir sonraki adımı atabileceğinizi tartışacağız.

Hazırsanız, yapay zeka çağında arama dünyasının kapılarını aralayalım ve Claude ile bu yeni dönemin kazananı olmanın sırlarını keşfedelim.

Bölüm 2: Claude ile SEO'nun Temelleri (Geleneksel SEO'yu Hızlandırmak)

Geleneksel SEO stratejileri, bir web sitesinin arama motoru sonuç sayfalarında (SERP) görünürlüğünü artırmak için vazgeçilmezdir. Ancak bu süreçler, manuel olarak yapıldığında zaman alıcı ve kaynak yoğun olabilir. İşte burada Claude gibi gelişmiş yapay zeka modelleri devreye girer. Claude, SEO çalışmalarınızı otomatize etme, hızlandırma ve daha derinlemesine, veri odaklı analizler yapma potansiyeli sunar. Bu

bölümde, Claude'u geleneksel SEO'nun temel taşları olan anahtar kelime analizi, içerik stratejisi ve teknik SEO alanlarında nasıl kullanacağınızı detaylı örneklerle inceleyeceğiz.

2.1. Anahtar Kelime Analizi 2.0: Claude ile Niyet Odaklı Anahtar Kelime Gruplama

Anahtar kelime araştırması, her SEO stratejisinin temelidir. Ancak günümüz arama motorları, sadece anahtar kelimelerin kendisini değil, aynı zamanda bu anahtar kelimelerin arkasındaki kullanıcı niyetini de anlamaya odaklanmıştır. Claude, büyük anahtar kelime listelerini analiz ederek, benzer kullanıcı niyetlerine sahip anahtar kelimeleri gruplandırmanıza (topic clustering) yardımcı olabilir. Bu sayede, her bir grup için kapsamlı ve otoriter içerikler oluşturarak, hem daha geniş bir anahtar kelime yelpazesini hedefleyebilir hem de kullanıcıların farklı arama niyetlerine yanıt verebilirsiniz.

Claude ile Anahtar Kelime Gruplama Adımları:

- 1. Veri Toplama:** Google Keyword Planner, Ahrefs, Semrush gibi araçlardan geniş bir anahtar kelime listesi toplayın.
- 2. Claude'a Veri Sunma:** Bu listeyi Claude'a sunarak analiz etmesini isteyin.
- 3. Niyet Analizi ve Gruplama:** Claude'dan anahtar kelimeleri kullanıcı niyetine (bilgilendirici, ticari, navigasyonel, işlem odaklı) göre gruplandırmasını ve her grup için bir ana konu başlığı önermesini isteyin.
- 4. İçerik Fikirleri:** Her anahtar kelime grubu için potansiyel içerik başlıkları ve alt başlıkları oluşturmasını isteyin.

Claude için Gelişmiş İstem Örnekleri:

- **Temel Gruplama:** ``` "Bana aşağıdaki 200 anahtar kelime listesini verdim. Bu anahtar kelimeleri kullanıcı niyetine (bilgilendirici, ticari, navigasyonel, işlem odaklı) göre gruplandır ve her grup için bir ana konu başlığı öner. Ayrıca, her grup için 3-5 adet potansiyel içerik başlığı sun.

[Anahtar Kelime Listesi] " ```

- **Rakip Odaklı Gruplama:** "Rakibimin [rakip_site_adı.com] ilk 100 sıralama anahtar kelimesini sana verdim. Bu anahtar kelimeleri analiz ederek, benim web sitem için hangi konu kümelerinin eksik olduğunu ve bu boşlukları doldurmak için hangi içerik başlıklarını oluşturmam gerektiğini belirle. Her başlık için kısa bir açıklama ekle."

- **Semantik Gruplama:** ``` "Aşağıdaki anahtar kelimeleri semantik olarak birbiriyle ilişkili gruplara ayır. Her grubun ana temasını ve bu tema altında yazılabilecek 5 farklı makale başlığını listele. Amaç, kapsamlı konu kümeleri oluşturmaktır.

[Anahtar Kelime Listesi] " ```

Tablo 2.1: Anahtar Kelime Niyetleri ve İçerik Türleri

Kullanıcı Niyeti	Açıklama	Örnek Anahtar Kelimeler	Önerilen İçerik Türleri
Bilgilendirici	Bir konu hakkında bilgi edinmek ister.	"SEO nedir", "Claude nasıl kullanılır", "organik kahve faydaları"	Blog yazıları, rehberler, ansiklopedik içerikler, "nasıl yapılır" makaleleri
Ticari Araştırma	Bir ürün veya hizmet hakkında araştırma yapar, satın alma niyeti vardır.	"en iyi SEO araçları", "Claude vs ChatGPT", "organik kahve markaları karşılaştırma"	Ürün incelemeleri, karşılaştırmalar, satın alma rehberleri, uzman görüşleri
İşlem Odaklı	Bir eylem gerçekleştirmek ister (satın alma, kayıt olma).	"SEO hizmeti al", "Claude aboneliği", "organik kahve satın al"	Ürün/hizmet sayfaları, e-ticaret sayfaları, iletişim formları, fiyatlandırma sayfaları
Navigasyonel	Belirli bir web sitesine veya sayfaya ulaşmak ister.	"Bilal Dalgün blog", "Claude AI giriş", "Google Haritalar"	Ana sayfa, hakkımızda sayfası, iletişim sayfası, belirli ürün sayfaları

2.2. İçerik Stratejisi: Konu Kümeleri (Topic Clusters) ve İçerik Boşluğu (Content Gap) Analizi

Claude, mevcut içeriklerinizi ve rakip içeriklerini analiz ederek konu kümeleri oluşturmanıza yardımcı olabilir. Bu, web sitenizin belirli bir konuda otorite olmasını sağlar. Ayrıca, rakip sitelerde bulunan ancak sizin sitenizde eksik olan içerik boşluklarını (content gaps) tespit edebilir. Bu analizler sayesinde, hedef kitlenizin ilgisini çekecek ve arama motorlarında daha iyi performans gösterecek stratejik içerik planları oluşturabilirsiniz.

Konu Kümeleri (Topic Clusters) Oluşturma:

Konu kümeleri, bir ana konu (pillar content) etrafında dönen ve bu ana konuyu destekleyen daha spesifik alt konuların (cluster content) bir araya gelmesidir. Bu yapı, arama motorlarına sitenizin belirli bir alanda derinlemesine bilgi sunduğunu gösterir ve otoritenizi artırır.

Claude ile Konu Kümesi Oluşturma Adımları:

- Ana Konu Belirleme:** Claude'dan nişinizdeki geniş ve otoriter bir ana konu önermesini isteyin.
- Alt Konu Fikirleri:** Ana konuyu destekleyecek 10-15 adet alt konu başlığı ve her biri için kısa bir açıklama isteyin.
- İç Bağlantı Stratejisi:** Claude'dan bu alt konuları ana konuya ve birbirlerine nasıl bağlayacağınıza dair bir iç bağlantı stratejisi oluşturmasını isteyin.

Claude için Örnek İstem:

"Dijital pazarlama nişinde, 'Yapay Zeka Destekli İçerik Pazarlaması' ana konusu için bir konu kümesi oluştur. Bu ana konuyu destekleyecek 12 adet alt konu başlığı öner ve her bir alt konu için 3-4 cümlelik bir açıklama yaz. Ayrıca, bu alt konuları ana konuya ve birbirlerine bağlamak için bir iç bağlantı stratejisi taslağı sun."

İçerik Boşluğu (Content Gap) Analizi:

İçerik boşluğu analizi, rakiplerinizin sıralama aldığı ancak sizin sitenizde bulunmayan veya yetersiz olan konuları tespit etmenizi sağlar. Claude, bu analizi daha hızlı ve verimli hale getirebilir.

Claude ile İçerik Boşluğu Analizi Adımları:

1. **Rakip Verisi Toplama:** Rakiplerinizin en iyi performans gösteren içeriklerinin URL'lerini ve anahtar kelimelerini toplayın.
2. **Kendi İçeriğinizi Sunma:** Kendi web sitenizin ilgili kategorisindeki içeriklerin URL'lerini ve anahtar kelimelerini Claude'a verin.
3. **Karşılaştırma ve Boşluk Tespiti:** Claude'dan bu iki veri setini karşılaştırarak, sizin sitenizde eksik olan veya daha iyi ele alınması gereken konuları belirlemesini isteyin.
4. **Yeni İçerik Fikirleri:** Tespit edilen boşluklar için yeni içerik başlıkları ve ana hatları oluşturmasını isteyin.

Claude için Örnek İstem:

"Web sitemdeki 'e-ticaret SEO' kategorisindeki tüm makalelerin URL'lerini ve anahtar kelimelerini sana verdim. Ayrıca, ilk 3 rakibimin 'e-ticaret SEO' konusunda en çok trafik alan 20 makalesinin URL'lerini ve anahtar kelimelerini de verdim. Bu"

iki veri setini analiz ederek, benim sitemde eksik olan veya daha derinlemesine ele almam gereken 10 adet içerik boşluğunu belirle. Her boşluk için potansiyel bir makale başlığı ve ana hatlarını sun."

2.3. Teknik SEO: Log Dosyası Analizi ve Meta Veri Optimizasyonu için Claude Kullanımı

Teknik SEO, bir web sitesinin arama motorları tarafından doğru bir şekilde taranabilir, indekslenebilir ve sıralanabilir olmasını sağlayan temel optimizasyonları içerir. Claude, bu karmaşık teknik süreçleri anlamlandırmanıza ve iyileştirme önerileri geliştirmenize yardımcı olabilir.

Log Dosyası Analizi

Sunucu log dosyaları, arama motoru botlarının sitenizle nasıl etkileşim kurduğuna dair değerli bilgiler içerir. Bu dosyaları manuel olarak incelemek yorucu olabilir. Claude, bu verileri hızlıca analiz ederek kritik sorunları tespit edebilir.

Claude ile Log Dosyası Analizi Adımları:

- Log Verisi Hazırlama:** Sunucu log dosyalarınızdan belirli bir döneme ait verileri (örneğin, son 7 gün) ayıklayın ve Claude'a sunulabilecek bir formata getirin (CSV, TXT).
- Claude'a Veri Sunma:** Claude'dan bu log verilerini analiz etmesini isteyin.

3. **Sorun Tespiti:** Claude'dan sık karşılaşılan tarama hatalarını (404, 5xx), yavaş yüklenen sayfaları, tarama bütçesi israfını ve bot aktivitesindeki anormallikleri raporlamasını isteyin.
4. **Öneri Geliştirme:** Tespit edilen sorunlar için pratik çözüm önerileri sunmasını isteyin.

Claude için Örnek İstem:

```
"Web sitemin son 3 günlük sunucu log dosyalarını sana verdim.
Bu logları analiz ederek:
1. En sık karşılaşılan HTTP durum kodlarını (özellikle 4xx ve
5xx) ve bunların hangi URL'lerde meydana geldiğini listele.
2. Tarama bütçesi israfına yol açan (örneğin, gereksiz yere
taranan resimler veya CSS dosyaları) alanları belirle.
3. Yavaş yanıt veren sayfaları tespit et ve bu sayfaların
ortalama yanıt sürelerini belirt.
4. Her bir sorun için kısa ve uygulanabilir çözüm önerileri
sun."
```

[Log Dosyası İçeriği]

Meta Veri Optimizasyonu

Meta başlıklar (Title Tags) ve meta açıklamalar (Meta Descriptions), arama motoru sonuç sayfalarında kullanıcıların sitenizle ilk etkileşim kurduğu noktalardır. Claude, bu meta verileri optimize etmenize yardımcı olabilir.

Claude ile Meta Veri Optimizasyonu Adımları:

1. **Mevcut Meta Verileri Sunma:** Optimize etmek istediğiniz sayfaların mevcut meta başlıklarını ve açıklamalarını Claude'a verin.

2. **Hedef Anahtar Kelimeleri Belirtme:** Her sayfa için hedeflediğiniz anahtar kelimeleri ve kullanıcı niyetini belirtin.
3. **Optimizasyon İsteği:** Claude'dan bu bilgilere dayanarak SEO dostu, tıklama oranını (CTR) artıracak yeni meta başlıkları ve açıklamaları oluşturmasını isteyin.

Claude için Örnek İstem:

"Aşağıdaki sayfa için SEO dostu bir meta başlık (60 karakteri geçmeyecek) ve meta açıklama (160 karakteri geçmeyecek) oluştur. Hedef anahtar kelimelerim 'organik kahve çekirdekleri', 'en iyi organik kahve'. Kullanıcı niyeti satın alma odaklıdır.

Sayfa URL: [url]

Mevcut Başlık: [başlık]

Mevcut Açıklama: [açıklama]

Önerilerinizi tablo formatında sunun: | Başlık | Açıklama |
Karakter Sayısı (Başlık) | Karakter Sayısı (Açıklama) |
"

Tablo 2.2: Teknik SEO Sorunları ve Claude ile Çözüm Önerileri

Teknik SEO Sorunu	Claude ile Analiz Yöntemi	Claude için Örnek İstem	Çözüm Önerisi
404 Hataları	Log dosyası analizi, site taraması sonuçları.	"Log dosyalarındaki 404 hatalarını listele ve bu URL'ler için yönlendirme (redirect) önerileri sun."	Kırık bağlantıları düzelt, 301 yönlendirmeleri yap.
Yavaş Sayfa Yükleme	Log dosyası analizi, sayfa içeriği analizi.	"Loglardaki en yavaş yüklenen sayfaları ve bu sayfaların HTML/ CSS/JS boyutlarını analiz et. Hızlandırma için öneriler sun."	Resimleri optimize et, önbellekleme kullan, sunucu yanıt süresini iyileştir.
Yinelenen İçerik	Site taraması sonuçları, içerik karşılaştırması.	"Web sitemdeki olası yinelenen içerik sorunlarını tespit et ve canonical etiket kullanımı için öneriler sun."	Canonical etiketleri kullan, gereksiz sayfaları noindex yap.
Eksik/Zayıf Meta Veriler	Sayfa içeriği analizi.	"Aşağıdaki sayfa için SEO dostu meta başlık ve açıklama önerileri oluştur."	Meta başlık ve açıklamaları optimize et, anahtar kelimeleri dahil et.

Bölüm 3: GEO (Generative Engine Optimization)

Dünyasına Giriş

Geleneksel SEO, web sitelerinin arama motoru sonuç sayfalarında (SERP) üst sıralarda yer almasını hedeflerken, Generative Engine Optimization (GEO) bambaşka bir paradigma sunar. GEO, yapay zeka destekli yanıt motorlarının (Answer Engines) ve üretken yapay zeka modellerinin (Generative AI) kullanıcı sorgularına verdiği yanıtlarda markanızın, ürünlerinizin veya bilgilerinizin görünürlüğünü optimize etme pratiğidir. Google, Perplexity, ChatGPT, Claude gibi platformlar, artık doğrudan yanıtlar üreterek kullanıcıların bilgiye ulaşma şeklini değiştirmiştir. Bu bölümde, bu yeni dünyanın dinamiklerini ve GEO'nun temel prensiplerini inceleyeceğiz.

3.1. Arama Motorlarından Yanıt Motorlarına: Google vs. Perplexity/Claude/ChatGPT

Dijital bilgiye erişim şeklimiz, yapay zeka teknolojilerinin gelişimiyle köklü bir dönüşüm geçiriyor. Geleneksel arama motorları (Google, Bing), kullanıcılara bir sorgu karşılığında ilgili web sayfalarının bir listesini sunar. Kullanıcılar bu listelerden seçim yaparak, genellikle bir web sitesini ziyaret ederek bilgiye ulaşır. Bu modelde, SEO'nun temel amacı, sitenizin bu listelerde mümkün olduğunca üst sıralarda yer almasını sağlamaktır.

Ancak, üretken yapay zeka modelleri (Claude, ChatGPT, Perplexity AI, Google Gemini) ve entegre yanıt motorları, kullanıcı sorgularını anlar, web'deki ve kendi bilgi tabanlarındaki verileri sentezler ve doğrudan, özetlenmiş, çoğu zaman sohbet formatında yanıtlar sunar. Bu durum, kullanıcıların bir web sitesini ziyaret etme ihtiyacını azaltabilir (zero-click searches) ve markaların görünürlük stratejilerini yeniden düşünmesini gerektirir. GEO'nun temel hedefi, bu doğrudan yanıtların içinde markanızın veya içeriğinizin güvenilir bir kaynak olarak yer almasını ve alıntılanmasını sağlamaktır.

Tablo 3.1: Arama Motorları ve Yanıt Motorları Arasındaki Farklar

Özellik	Geleneksel Arama Motorları (Google, Bing)	Yanıt Motorları (Claude, Perplexity, ChatGPT, Gemini)
Ana İşlev	İlgili web sayfalarının listesini sunma.	Doğrudan, özetlenmiş ve bağlama duyarlı yanıtlar üretme.
Kullanıcı Etkileşimi	Kullanıcı web sitesine tıklayarak bilgiye ulaşır.	Kullanıcı doğrudan yanıtı alır, site ziyareti azalabilir.
Optimizasyon Hedefi	Sıralama (Ranking) ve organik trafik.	Alıntılanma (Citation) ve güvenilir kaynak olarak gösterilme.
İçerik Tercihi	Kapsamlı, anahtar kelime odaklı makaleler.	Yapılandırılmış, olgusal, kısa ve öz bilgiler.
Başarı Metriği	Tıklama oranı (CTR), sayfa görüntüleme sayısı.	Alıntılanma sıklığı, marka otoritesi, varlık tanınırlığı.

3.2. GEO'nun Temel Taşları: AI Motorları Sizi Nasıl "Alıntılar"?

Yapay zeka motorlarının içeriğinizi alıntılanması, geleneksel SEO'daki sıralama kadar önemlidir, hatta bazı durumlarda daha da önemlidir. Bir AI modelinin içeriğinizi alıntılanması için belirli kriterleri karşılaması gerekir. Bu kriterler arasında içeriğin doğruluğu, güncelliği, otoritesi ve yapısal düzeni bulunur. AI modelleri, bilgiyi güvenilir ve yetkin kaynaklardan almayı tercih eder. Bu nedenle, içeriğinizin E-E-A-T (Deneyim, Uzmanlık, Yetkinlik, Güvenilirlik) prensiplerine uygun olması, alıntılanma olasılığını artırır.

AI Motorlarının Alıntı Kriterleri:

- Doğruluk ve Olgusallık:** İçeriğinizdeki bilgilerin kanıtlanabilir ve doğru olması esastır. Yanlış veya yanıltıcı bilgiler içeren içerikler, AI tarafından kaynak olarak kullanılmaz.
- Güncellik:** Özellikle hızla değişen konularda (teknoloji, haberler vb.) içeriğinizin güncel olması önemlidir. AI, eski bilgileri alıntılanmaktan kaçınır.
- Otorite ve Güvenilirlik (E-E-A-T):** İçeriğinizi kimin yazdığı, yazarın veya web sitesinin konu hakkındaki uzmanlığı ve güvenilirliği kritik öneme sahiptir. AI, alanında tanınmış ve güvenilir kaynakları tercih eder.
- Yapılandırılmış Veri ve Netlik:** Bilgilerin açık, öz ve yapılandırılmış bir şekilde sunulması (listeler, tablolar, kısa paragraflar) AI'nın içeriği daha kolay işlemesini ve alıntılanmasını sağlar.
- Benzersizlik ve Derinlik:** İçeriğinizin sadece genel bilgileri tekrarlamak yerine, konuya benzersiz bir bakış açısı veya derinlemesine analiz sunması, AI'nın sizi değerli bir kaynak olarak görmesine yardımcı olur.

Claude için Örnek İstem:

"Aşağıdaki makaleyi analiz et ve yapay zeka motorları tarafından alıntılanma potansiyelini değerlendir. Makaledeki hangi bölümlerin veya bilgilerin bir AI yanıtında doğrudan kaynak olarak gösterilebileceğini belirt. Ayrıca, makalenin E-E-A-T sinyallerini güçlendirmek için hangi iyileştirmelerin yapılabileceğini öner."

[Makale İçeriği]

3.3. Varlık (Entity) SEO'su: Markanızı Bir Otorite Olarak Nasıl Konumlandırırsınız?

Varlık SEO'su, GEO'nun temel direklerinden biridir. Geleneksel SEO anahtar kelimelere odaklanırken, Varlık SEO'su kavramlara, kişilere, kuruluşlara ve yerlere odaklanır. Yapay zeka modelleri, dünyayı varlıklar ve bu varlıklar arasındaki ilişkiler ağı (Knowledge Graph) olarak anlar. Markanızın bir varlık olarak tanınması ve güvenilir bir bilgi kaynağı olarak ilişkilendirilmesi, AI yanıtlarında görünürlüğünüzü önemli ölçüde artırır. İçeriğinizde tutarlı bir şekilde markanızla ilgili varlıkları tanımlamak, bu varlıklar hakkında doğru ve kapsamlı bilgi sunmak ve bu varlıklar arasındaki ilişkileri açıkça belirtmek, AI'nın markanızı bir otorite olarak algılamasına yardımcı olur.

Varlık SEO'sunun Önemi:

- **Anlamsal Anlama:** AI motorları, anahtar kelimelerden ziyade varlıklar arasındaki anlamsal ilişkileri anlayarak daha doğru ve bağlama uygun yanıtlar üretir.

- **Güvenilirlik:** Bir varlık olarak tanınmak, markanızın veya web sitenizin sektördeki güvenilirliğini ve otoritesini artırır.
- **Geniş Kapsamlı Görünürlük:** Tek bir anahtar kelimeye bağlı kalmak yerine, ilgili varlıklar aracılığıyla daha geniş bir sorgu yelpazesinde görünürlük elde edersiniz.

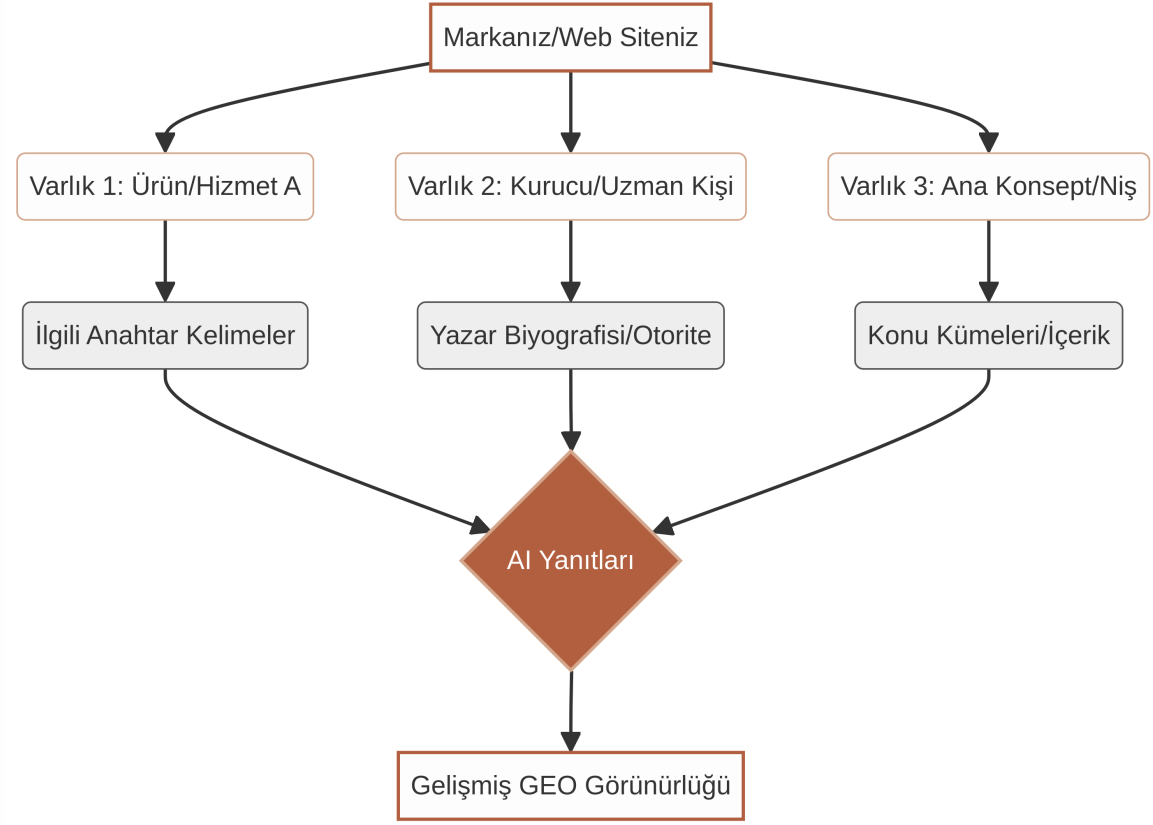
Claude ile Varlık SEO'su Adımları:

1. **Varlık Tanımlama:** Markanızla, ürünlerinizle veya hizmetlerinizle ilgili temel varlıkları (kişiler, yerler, organizasyonlar, kavramlar) belirleyin.
2. **Varlık Haritası Oluşturma:** Bu varlıklar arasındaki ilişkileri ve hiyerarşiyi gösteren bir harita taslağı oluşturun.
3. **İçerik Entegrasyonu:** İçeriklerinizde bu varlıkları tutarlı bir şekilde kullanın, tanımlayın ve aralarındaki ilişkileri açıklayın.
4. **Yapılandırılmış Veri:** Schema.org işaretlemeleri kullanarak varlıklarınızı arama motorlarına ve AI'ya açıkça belirtin.

Claude için Örnek İstem:

"Şirketim [Şirket Adı] hakkında bir varlık haritası oluştur. Şirketimin ana faaliyet alanlarını, kurucularını, önemli ürünlerini/hizmetlerini ve sektördeki konumunu belirle. Bu varlıkları ve aralarındaki ilişkileri açıklayan bir metin taslağı hazırla. Ayrıca, bu varlıkları web sitemde nasıl yapılandırılmış veri (Schema.org) olarak işaretleyebileceğime dair öneriler sun."

Şema 3.1: Varlık SEO'su ve Bilgi Grafiği İlişkisi



Açıklama: Bu şema, markanızın (A) temel varlıklarla (B, C, D) nasıl ilişkilendirildiğini ve bu varlıkların anahtar kelimeler (E), yazar otoritesi (F) ve içerik (G) aracılığıyla yapay zeka yanıtlarında (H) nasıl daha fazla görünürlük (I) elde ettiğini göstermektedir. Varlık SEO'su, AI'nın markanızı bir bilgi grafiği içinde konumlandırmasına yardımcı olur.

Bölüm 4: Claude ile GEO Stratejileri Uygulamak

GEO, sadece teorik bir kavram olmanın ötesinde, içeriğinizi yapay zeka motorlarının beklentilerine göre şekillendirmeyi gerektiren pratik stratejiler bütünüdür. Claude, bu stratejileri uygulamanızda size güçlü bir yardımcı olabilir. Bu bölümde, Claude'u kullanarak GEO görünürlüğünüzü artıracak somut adımları ve teknikleri inceleyeceğiz.

4.1. AI-Dostu İçerik Yapısı: Tablolar, Listeler ve "Parçalanabilir" (Chunkable) İçerik Yazımı

Yapay zeka modelleri, bilgiyi insanlardan farklı bir şekilde işler. Uzun, yoğun metin blokları yerine, yapılandırılmış ve kolayca "parçalanabilir" (chunkable) içerikleri tercih ederler. Bu, AI'nın içeriğinizden anahtar bilgileri hızlı ve doğru bir şekilde çıkarmasını sağlar. Claude, bu tür içerikleri oluşturmanızda size rehberlik edebilir:

- **Net Başlık Hiyerarşisi:** H1, H2, H3 gibi başlıkları mantıksal bir sıra ile kullanarak içeriğinizi bölümlere ayırın. Claude, bu hiyerarşiyi anlayarak içeriğinizin ana konularını ve alt başlıklarını kolayca kavrar.
- **Listeler ve Madde İşaretleri:** Bilgiyi maddeler halinde sunmak, AI'nın önemli noktaları hızlıca tanımasını sağlar. Özellikle adım adım talimatlar, özellik listeleri veya faydalar gibi içerikler için idealdir.
- **Tablolar:** Karşılaştırmalı veriler, istatistikler veya yapılandırılmış bilgiler için tablolar kullanın. AI modelleri, tablolardaki verileri doğrudan alıntılatabilir ve yanıtlarında kullanabilir.
- **Kısa ve Öz Paragraflar:** Her paragrafta tek bir ana fikre odaklanın. Claude, kısa paragrafları daha kolay işler ve ana mesajı daha net algılar.

Claude için Örnek İstemler:

- **Yapılandırılmış Blog Yazısı Taslağı:** "Bana 'Yapay Zeka Destekli SEO Araçları' hakkında bir blog yazısı taslağı oluştur. İçeriği net başlıklar (H2, H3), madde işaretleri ve bir karşılaştırma tablosu içerecek şekilde yapılandır. Her paragrafın en fazla 3-4 cümleden oluşmasına dikkat et. Giriş ve sonuç bölümlerini de ekle."

• Soru-Cevap

Formatı:

''GEO Nedir?' sorusuna yanıt veren, kısa ve öz, madde işaretleriyle desteklenmiş bir Soru-Cevap (FAQ) bölümü oluştur. Yanıtı doğrudan bir AI yanıt motorunda kullanılabilir formatta hazırla."

Tablo 4.1: AI-Dostu İçerik Yapıları ve Faydaları

İçerik Yapısı	Açıklama	AI İçin Faydası	Örnek Kullanım
Net Başlık Hiyerarşisi	H1, H2, H3 gibi etiketlerle içeriğin mantıksal akışını belirtme.	AI'nın içeriğin ana konularını ve alt başlıklarını kolayca anlamasını sağlar.	Uzun rehberler, e-kitaplar, detaylı makaleler.
Listeler ve Madde İşaretleri	Bilgiyi maddeler halinde, kısa ve öz sunma.	AI'nın önemli noktaları hızlıca tanımasını ve özetlemesini sağlar.	Özellik listeleri, adım adım talimatlar, faydalar.
Tablolar	Karşılaştırmalı verileri, istatistikleri düzenli bir şekilde sunma.	AI'nın verileri doğrudan alıntılmasını ve yanıtlarında kullanmasını kolaylaştırır.	Ürün karşılaştırmaları, fiyatlandırma, teknik özellikler.
Kısa Paragraflar	Her paragrafta tek bir ana fikre odaklanma, 3-4 cümleyle sınırlama.	AI'nın ana mesajı daha net algılamasını ve içeriği daha kolay işlemesini sağlar.	Blog yazıları, haber makaleleri, açıklayıcı metinler.
Soru-Cevap (FAQ)	Sıkça sorulan sorulara doğrudan yanıtlar sunma.	AI'nın doğrudan yanıt motorlarında kullanabileceği hazır bilgi sağlar.	Ürün sayfaları, destek bölümleri, bilgi bankaları.

4.2. E-E-A-T Sinyallerini Güçlendirmek: Uzmanlık ve Güvenilirlik Kanıtlarını AI'ya Sunmak

Yapay zeka motorları, kullanıcılarına doğru ve güvenilir bilgi sunmayı hedefler. Bu nedenle, içeriğinizin E-E-A-T (Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness - Deneyim, Uzmanlık, Yetkinlik, Güvenilirlik) prensiplerine uygun olması kritik öneme sahiptir. Claude, içeriğinizdeki E-E-A-T sinyallerini güçlendirmenize yardımcı olabilir:

- **Yazar Biyografileri:** İçeriği oluşturan yazarın veya uzmanların niteliklerini, deneyimlerini ve referanslarını açıkça belirtin. Claude, bu bilgileri yazarın otoritesini değerlendirmek için kullanır. Her makalenin sonunda kısa ve öz bir yazar biyografisi ekleyin.
- **Kaynak Gösterimi:** İçeriğinizdeki tüm istatistikleri, alıntıları ve bilimsel verileri güvenilir kaynaklarla destekleyin. Claude, bu kaynakları doğrulayarak içeriğinizin güvenilirliğini artırır. Mümkünse, akademik çalışmalar, sektör raporları veya resmi kurumların verilerini kullanın.
- **Güncel Bilgiler:** İçeriğinizi düzenli olarak güncelleyin ve eski bilgileri kaldırın. AI modelleri, güncel ve alakalı bilgilere öncelik verir. İçeriğinizin yayınlanma ve son güncellenme tarihlerini açıkça belirtin.
- **Kullanıcı Yorumları ve Referanslar:** Ürün veya hizmetlerinizle ilgili olumlu kullanıcı yorumları, vaka çalışmaları ve referanslar, markanızın güvenilirliğini artırır. Bu tür içerikleri web sitenizde kolayca erişilebilir hale getirin.

Claude için Örnek İstemler:

- **Yazar Biyografisi Oluşturma:** `` "Aşağıdaki bilgilere dayanarak, [Konu] alanında uzman bir yazar için 50 kelimelik bir biyografi taslağı oluşturun. Biyografide yazarın deneyimini, uzmanlık alanlarını ve önemli başarılarını vurgulayın."

[Yazar Bilgileri: Adı, Uzmanlık Alanı, Deneyim Yılı, Önemli Projeler/Yayınlar] " ""

- **Kaynak Kontrolü ve Ekleme:** "" "Aşağıdaki makaleyi incele ve içerisindeki iddiaları desteklemek için güvenilir kaynaklar (akademik makale, sektör raporu, resmi istatistik) öner. Önerdiğin kaynakları makalenin ilgili bölümlerine nasıl entegre edebileceğime dair örnekler sun."

[Makale İçeriği] ""

4.3. Citations (Alıntılar) Kazanmak: Claude'un Sizi Kaynak Göstermesini Sağlayacak 3 Kritik Taktik

Yapay zeka motorlarının yanıtlarında alıntılanmak, GEO stratejisinin nihai hedeflerinden biridir. Claude gibi modellerin sizi bir kaynak olarak göstermesi için içeriğinizin belirli özelliklere sahip olması gerekir. İşte bu kritik taktikler:

1. **Doğrudan ve Olgusal Yanıtlar Sunun:** AI modelleri, karmaşık konuları özetleyebilen ve doğrudan sorulara net yanıtlar verebilen içerikleri sever. İçeriğinizde "Nedir?", "Nasıl Yapılır?", "Faydaları Nelerdir?" gibi sorulara net ve öz yanıtlar verin. Bu, AI'nın içeriğinizden kolayca alıntı yapmasını sağlar.
 - **Örnek:** Bir blog yazısında "SEO Nedir?" başlığı altında, SEO'nun tanımını 2-3 cümlede net bir şekilde açıklayın. Bu tanım, AI'nın bir kullanıcıya SEO'yu açıklarken doğrudan alıntılatabileceği bir bilgi parçası haline gelir.
2. **Veri ve İstatistikleri Vurgulayın:** Sayısal veriler, istatistikler ve araştırmalar, AI için son derece güvenilir kaynaklardır. İçeriğinizde bu tür bilgileri kullanırken,

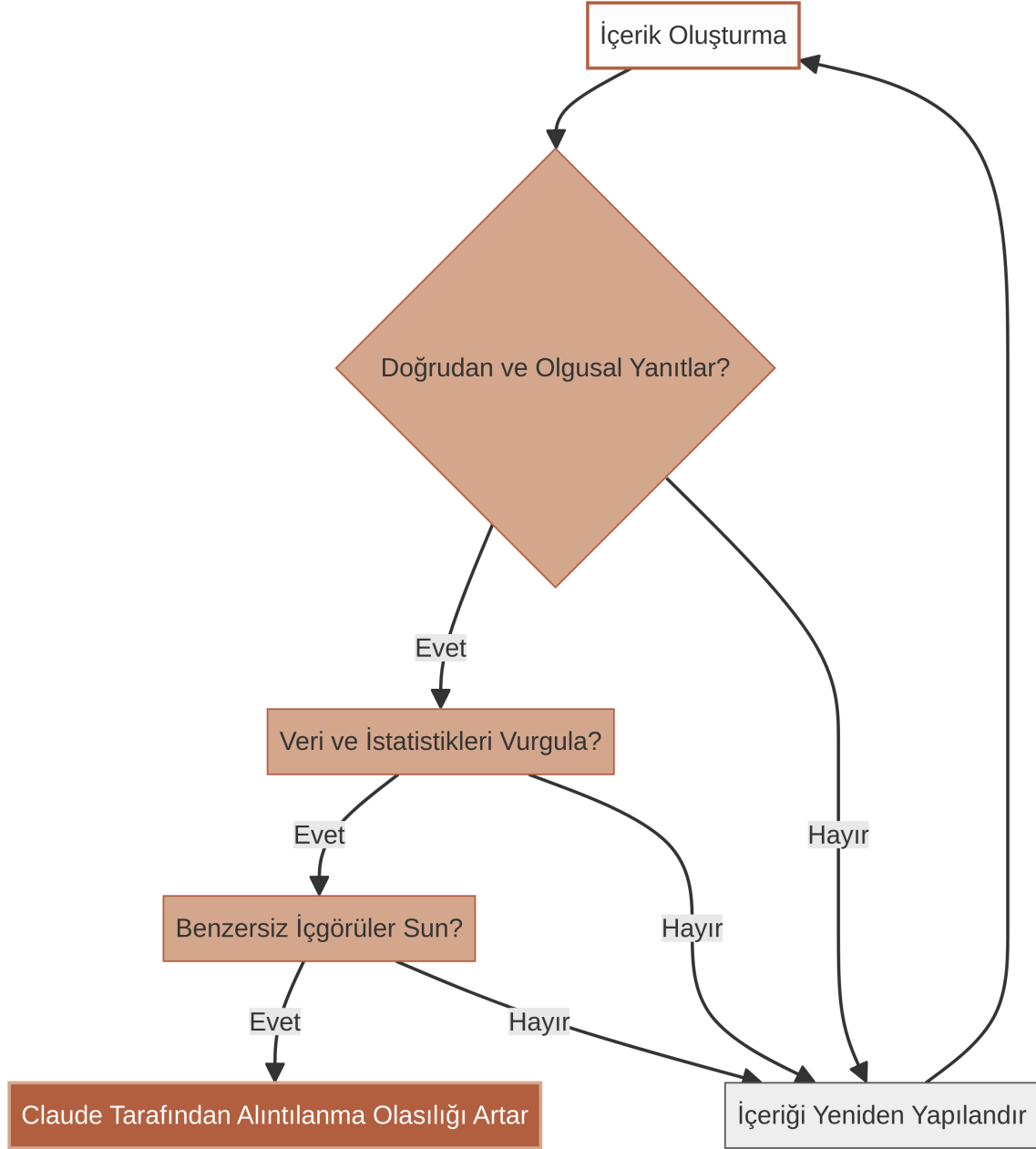
kaynaklarını açıkça belirtin ve bu verileri kolayca taranabilir formatlarda (tablolar, listeler) sunun.

- **Örnek:** "Dijital pazarlama harcamalarının %X'i mobil reklamlara ayrılıyor [Kaynak]." gibi ifadeler, AI'nın bu veriyi alıntılmasını kolaylaştırır.

3. **Benzersiz İçgörüler ve Uzman Görüşleri Sunun:** Sadece genel bilgileri tekrarlamak yerine, kendi deneyimlerinizden veya araştırmalarınızdan elde ettiğiniz benzersiz içgörüler ve uzman görüşlerini paylaşın. Bu, içeriğinize özgünlük katar ve AI'nın sizi bir otorite olarak tanımasına yardımcı olur.

- **Örnek:** "[Sektör] alanında 10 yıllık deneyimime dayanarak, X stratejisinin Y sonucunu verdiğini gözlemledim." gibi ifadeler, AI'nın sizi bir uzman olarak alıntılmasını teşvik eder.

Şema 4.1: Alıntı Kazanma Stratejileri Akış Şeması



Açıklama: Bu akış şeması, içeriğinizin Claude tarafından alıntılanma olasılığını artırmak için izlenmesi gereken adımları göstermektedir. Her adımda içeriğinizi AI'nın beklentilerine göre optimize etmeniz gerekmektedir.

Bölüm 5: Pratik Uygulamalar ve İstem (Prompt) Kütüphanesi

Claude gibi gelişmiş bir yapay zeka modelini SEO ve GEO stratejilerinize entegre etmenin en etkili yolu, doğru ve etkili istemler (promptlar) kullanmaktır. Bu bölümde, farklı SEO ve GEO görevleri için doğrudan kullanabileceğiniz, test edilmiş istem örnekleri sunacağız. Bu istemleri kendi ihtiyaçlarınıza göre uyarlayarak Claude ile verimliliğinizi maksimize edebilirsiniz.

5.1. SEO Denetimi ve Optimizasyonu için Claude İstemleri

Claude, web sitenizin SEO performansını değerlendirmenize ve iyileştirme alanlarını belirlemenize yardımcı olabilir. İşte bazı pratik istemler:

- **Teknik SEO Denetimi:** "Web sitemin [URL] teknik SEO denetimini yap. Robots.txt, site haritası, canonical etiketler, sayfa hızı ve mobil uyumluluk açısından potansiyel sorunları belirle. Her sorun için kısa bir açıklama ve çözüm önerisi sun."
- **Sayfa İçi (On-Page) SEO Analizi:** "Aşağıdaki blog yazısını [URL] sayfa içi SEO açısından analiz et. Başlık etiketi, meta açıklama, H etiketleri, anahtar kelime yoğunluğu, görsel alt etiketleri ve içerik kalitesi gibi unsurları değerlendir. İyileştirme önerileri sun."

- **Anahtar Kelime Fırsatları:** `` "[Konu] ile ilgili anahtar kelime araştırması yap. Uzun kuyruklu (long-tail) anahtar kelimeler, LSI (Latent Semantic Indexing) anahtar kelimeler ve soru bazlı anahtar kelimeler dahil olmak üzere en az 20 adet anahtar kelime öner. Her anahtar kelime için tahmini arama hacmi ve rekabet düzeyi hakkında bilgi ver (varsayımsal olarak).

[Mevcut İçerik veya Konu Açıklaması] ``

- **Rakip İçerik Analizi:** "Rakibimin [Rakip URL] sayfasındaki içeriği analiz et. Bu içeriğin hangi anahtar kelimeleri hedeflediğini, hangi konuları kapsadığını ve benim kendi içeriğimi [Kendi İçerik URL] nasıl daha iyi hale getirebileceğimi belirle. İçerik boşluklarını ve benzersiz değer tekliflerini vurgula."

5.2. GEO Uyumlu İçerik Üretimi için Claude İstemleri

Yapay zeka motorlarında alıntılanma ve görünürlük kazanmak için özel olarak tasarlanmış içerikler oluşturmak, GEO stratejisinin merkezindedir. Claude, bu tür içerikleri üretmenizde size rehberlik edebilir.

- **AI-Dostu Özet Oluşturma:** "Aşağıdaki makalenin [Makale İçeriği] 3-4 cümlelik, doğrudan bir AI yanıt motorunda kullanılabilecek bir özetini oluştur. Özetin olgusal, net ve ana fikri kapsayıcı olmasına dikkat et."
- **Soru-Cevap (FAQ) Bölümü Oluşturma:** "[Konu] hakkında sıkça sorulan 5 adet soruyu ve bu sorulara verilen kısa, net ve olgusal

yanıtları listele. Bu bölümü bir web sayfasının FAQ bölümü olarak kullanılabilecek formatta hazırla."

- **Varlık (Entity) Tanımlama ve İlişkilendirme:** "[Marka Adı] hakkında bir varlık tanımı oluştur. Bu tanımda markanın ne olduğunu, ne yaptığını, ana ürünlerini/hizmetlerini ve sektördeki konumunu belirt. Ayrıca, markanın [İlgili Sektör] ile olan ilişkisini ve bu ilişkiden doğan faydaları açıklayan bir paragraf yaz."
- **E-E-A-T Odaklı İçerik Geliştirme:** "Aşağıdaki içerik taslağını [İçerik Taslağı] E-E-A-T (Deneyim, Uzmanlık, Yetkinlik, Güvenilirlik) prensiplerine göre optimize et. İçeriğe yazar biyografisi ekleme, güvenilir kaynaklara atıfta bulunma ve uzman görüşlerini entegre etme konularında öneriler sun."

5.3. Rakip Analizi ve Strateji Geliştirme İstemleri

Claude, rakiplerinizi analiz etmenize ve kendi stratejilerinizi geliştirmenize yardımcı olacak değerli içgörüler sunabilir.

- **Rakip GEO Stratejisi Analizi:** "Rakibimin [Rakip URL] web sitesini ve içeriklerini incele. Bu rakibin yapay zeka motorlarında nasıl alıntılanıyor olabileceğine dair bir analiz yap. Hangi tür içeriklerinin (listeler, tablolar, FAQ) AI tarafından tercih edildiğini ve hangi E-E-A-T sinyallerini kullandığını belirle."
- **Pazar Trendleri ve Fırsatlar:** "[Sektör Adı] sektöründeki son 5 yapay zeka ve dijital pazarlama trendini belirle. Bu trendlerin SEO ve

GEO stratejileri üzerindeki potansiyel etkilerini açıkla ve bu trendlerden faydalanmak için 3 adet stratejik öneri sun."

- **İçerik Takvimi Oluşturma:** "[Hedef Kitle] için [Konu] hakkında 3 aylık bir içerik takvimi oluştur. Takvimde blog yazıları, video senaryoları, infografik fikirleri ve sosyal medya gönderileri gibi farklı içerik türlerine yer ver. Her içerik için anahtar kelime hedefi ve GEO uyumluluğu açısından kısa bir not ekle."

Tablo 5.1: İstem Türleri ve Kullanım Alanları

İstem Türü	Açıklama	Örnek Görevler	Beklenen Çıktı
Analiz İstemleri	Mevcut verileri veya içerikleri değerlendirme.	Teknik SEO denetimi, rakip içerik analizi, anahtar kelime boşluğu tespiti.	Sorun raporları, iyileştirme önerileri, fırsat listeleri.
Üretim İstemleri	Yeni içerik veya metin parçaları oluşturma.	Blog yazısı taslağı, meta açıklama yazımı, FAQ bölümü oluşturma, özetleme.	İçerik taslakları, optimize edilmiş metinler, özetler.
Strateji İstemleri	Genel stratejiler veya yol haritaları geliştirme.	Konu kümesi oluşturma, E-E-A-T güçlendirme taktikleri, içerik takvimi.	Stratejik planlar, taktiksel öneriler, yol haritaları.

Bölüm 6: Sonuç ve Bir Sonraki Adım (Müşteriye Dönüşüm)

Bu e-kitap boyunca, yapay zeka çağında SEO ve GEO stratejilerinin neden kritik olduğunu, Claude gibi güçlü bir yapay zeka modelini bu süreçlere nasıl entegre edebileceğinizi ve pratik istemlerle nasıl verimli çalışabileceğinizi detaylı bir şekilde inceledik. Artık geleneksel arama motorlarında görünürlük kazanmanın yanı sıra, üretken yapay zeka motorlarında da markanızın alıntılanmasını ve otorite olarak tanınmasını sağlayacak bilgi birikimine sahipsiniz.

6.1. SEO & GEO Sürekli Bir Süreçtir

Dijital pazarlama, dinamik bir alandır ve yapay zeka teknolojileri bu dinamizmi daha da artırmaktadır. SEO ve GEO, bir kez yapıp bitirilecek çalışmalar değildir; sürekli izleme, analiz, test etme ve optimize etme gerektiren süreçlerdir. Arama motoru algoritmaları ve yapay zeka modelleri sürekli geliştiği için, stratejilerinizi de bu gelişmelere paralel olarak güncellemeniz şarttır.

Sürekli Optimizasyon İçin İpuçları:

- **Trendleri Takip Edin:** Yapay zeka ve dijital pazarlama alanındaki en son gelişmeleri, güncellemeleri ve trendleri yakından takip edin.
- **Verileri Analiz Edin:** Web sitenizin ve içeriklerinizin performansını düzenli olarak izleyin. Hangi stratejilerin işe yaradığını, hangilerinin iyileştirilmesi gerektiğini belirleyin.

- **Test Edin ve Öğrenin:** Farklı istemleri, içerik yapılarını ve optimizasyon tekniklerini test edin. Elde ettiğiniz sonuçlardan ders çıkarın ve stratejilerinizi buna göre ayarlayın.
- **Claude ile İşbirliği Yapın:** Claude gibi yapay zeka araçlarını sadece içerik üretimi için değil, aynı zamanda trend analizi, rakip izleme ve strateji geliştirme için de kullanın.

6.2. Ücretsiz Kontrol Listesi (Checklist)

Bu e-kitapta öğrendiklerinizi kolayca uygulayabilmeniz için size kapsamlı bir SEO & GEO kontrol listesi sunuyoruz. Bu liste, stratejilerinizi adım adım uygulamanıza ve hiçbir önemli noktayı atlamamanıza yardımcı olacaktır.

Claude ile SEO & GEO Kontrol Listesi:

- **Anahtar Kelime Araştırması ve Gruplama:**
 - Geniş anahtar kelime listesi toplandı mı?
 - Claude ile niyet odaklı anahtar kelime gruplaması yapıldı mı?
 - Her grup için ana konu başlıkları ve içerik fikirleri belirlendi mi?
- **İçerik Stratejisi:**
 - Ana konu kümeleri (pillar content) ve destekleyici alt konular (cluster content) belirlendi mi?
 - Claude ile içerik boşluğu (content gap) analizi yapıldı mı?
 - Yeni içerik fikirleri ve ana hatları oluşturuldu mu?
- **Teknik SEO:**
 - Claude ile log dosyası analizi yapıldı mı? (4xx, 5xx hataları, yavaş sayfalar)
 - Meta başlıklar ve açıklamalar Claude ile optimize edildi mi?

- Yapılandırılmış veri (Schema.org) kullanımı planlandı mı?

- **GEO Uyumlu İçerik Üretimi:**

- İçerikler AI-dostu (tablolar, listeler, kısa paragraflar) olarak yapılandırıldı mı?
- E-E-A-T sinyalleri (yazar biyografileri, kaynaklar) güçlendirildi mi?
- Doğrudan ve olgusal yanıtlar içeren bölümler eklendi mi?
- Veri ve istatistikler vurgulandı mı?
- Benzersiz içgörüler ve uzman görüşleri sunuldu mu?

- **Varlık (Entity) SEO:**

- Markanızla ilgili temel varlıklar tanımlandı mı?
- Varlık haritası oluşturuldu mu?
- İçeriklerde varlıklar tutarlı bir şekilde kullanıldı ve ilişkilendirildi mi?

6.3. Harekete Geçirici Mesaj (CTA): Stratejinizi Birlikte Kuralım

Bu e-kitap, size yapay zeka çağında dijital görünürlük kazanmanız için gerekli bilgi ve araçları sunmayı amaçladı. Ancak bilgi, uygulama olmadan değerini tam olarak ortaya koyamaz. Eğer bu stratejileri kendi işinize entegre etmekte zorlanıyor veya daha hızlı ve etkili sonuçlar almak istiyorsanız, profesyonel desteğimizle yanınızdayız.

Ücretsiz Ön Görüşme Randevusu Alın!

Dijital pazarlama hedeflerinizi, mevcut durumunuzu ve Claude ile SEO/GEO potansiyelinizi konuşmak için bizimle iletişime geçin. Uzman ekibimiz, size özel bir strateji geliştirmek ve markanızın yapay zeka çağında öne çıkmasını sağlamak için hazır.

Neler Kazanacaksınız?

- **Kişiselleştirilmiş Strateji:** İşletmenizin özel ihtiyaçlarına göre tasarlanmış, Claude destekli SEO ve GEO stratejisi.
- **Uygulama Desteği:** Stratejilerinizi hayata geçirirken adım adım rehberlik ve teknik destek.
- **Performans Takibi:** Sürekli analiz ve optimizasyon ile yatırım getirisini (ROI) maksimize etme.
- **Rekabet Avantajı:** Dijital dünyadaki rakiplerinizin önüne geçmenizi sağlayacak yenilikçi çözümler.

Claude ile SEO/GEO eğitimi almak isterseniz web sitemdeki adreslerden bana ulaşabilirsiniz:

bilaldalgun.com

Bu içeriklerin yakında YouTube kanalımda yayınlanacağını da belirtmek isterim:

<https://www.youtube.com/@bilaldalgun>

Son Söz

Değerli okuyucularım,

Bu e-kitabı hazırlarken temel amacım, yapay zeka çağında SEO ve GEO stratejilerinin ne denli dönüştürücü bir güce sahip olduğunu sizlere aktarmaktı. Claude gibi gelişmiş bir yapay zeka modelinin, dijital görünürlüğünüzü artırma ve markanızı bir otorite olarak konumlandırma yolculuğunuzda nasıl vazgeçilmez bir yol arkadaşı olabileceğini göstermeye çalıştım.

Umarım bu rehber, sizlere yeni ufuklar açmış, pratik bilgiler sunmuş ve dijital pazarlama stratejilerinizi bir üst seviyeye taşımanız için ilham vermiştir. Unutmayın, dijital dünya sürekli evriliyor ve bu evrime ayak uydurmak, hatta öncülük etmek, sürekli öğrenme ve adaptasyon gerektiriyor.

Bu yolculukta bana eşlik ettiğiniz için teşekkür eder, başarılarınızın devamını dilerim.

Saygılarımla,

Bilal Dalgün

Head of SEO/GEO and AI Educator

Kaynaklar

- ClickRank AI. (n.d.). *Claude AI SEO: The Ultimate Guide to Generative Engine Optimization*. Retrieved from <https://www.clickrank.ai/claude-ai-seo/>
- Google Search Central. (n.d.). *Search Quality Rater Guidelines*. Retrieved from <https://developers.google.com/search/docs/appearance/ranking-systems/search-quality-rater-guidelines>
- Anthropic. (n.d.). *Claude*. Retrieved from <https://www.anthropic.com/product/claude>
- [Ek Kaynak 1: İlgili bir SEO/AI makalesi veya araştırma]
- [Ek Kaynak 2: İlgili bir GEO/Entity SEO makalesi veya araştırma]

Claude ile SEO/GEO Eğitimi için web sitemden bana ulaşabilirsiniz:

bilaldalgun.com