Etsy SEO Stratejileri

Etsy SEO stratejileri, mağazanızın ve ürünlerinizin hem Etsy platformunun kendi arama sonuçlarında hem de Google, Bing, Yandex gibi harici arama motorlarında daha görünür olmasını sağlayan bir optimizasyon sürecidir. Etsy'nin yapay zeka güncellemeleriyle birlikte bu algoritmalarda köklü değişiklikler meydana gelmiş olup, satıcıların bu yeni yaklaşımlara uyum sağlaması gerekmektedir.

Bu makaleyi Spotify'da sesli olarak dinlemek için podcast'ine bu linkten ulaşabilirsiniz.

İşte Etsy SEO'nun tüm yönleri:

1.1 I. Etsy SEO'nun Temel Amacı ve Bileşenleri

Etsy SEO'nun temel mantığı, kullanıcıların arama davranışlarını ve anahtar kelimeleri anlayarak, mağaza ve ürün içeriklerini bu doğrultuda optimize etmektir. İki ana kategoriye ayrılır:

- **Etsy Arama Motorları İçin SEO**: Ürünlerinizin, ilgili anahtar kelimelerle Etsy'nin kendi arama sonuçlarında doğru bir şekilde listelenmesini ve görünür olmasını sağlar.
- **Genel Arama Motorları İçin SEO**: Google, Bing, Yandex gibi harici arama motorlarında ürünlerinizin görünür olmasını sağlar.

Bu makaleyi Youtube'da görüntülü olarak izlemek için videosuna bu linkten ulaşabilirsiniz.

1.2 II. Yapay Zeka Güncellemeleri ve Başlıklara Etkisi

Etsy, yayınladığı bir blog yazısında ve "search visibility" (arama görünürlüğü) sekmesindeki yapay zeka önerilerinde, başlıkların (title) daha **açık, anlaşılır ve kısa olmasını** talep ettiğini belirtti. Artık 140 karakterlik başlığın tamamını kullanmaktan kaçınılması gerektiği ifade edilmektedir.

1.2.1 A. Başlık Oluştururken Ne Yapmalıyız?

- **Ürünü Net Şekilde Tanımlama**: Başlığın ilk 4-5 anahtar kelimesinde ürünün ne olduğunu net bir şekilde açıklayın (örn: sweatshirt, coffee mug, dress). Müşterilerin listeleme görsellerinin yanında gördüğü başlık kısmı genellikle bu kadarla sınırlıdır.
- **Ürün Bilgilerini Ekleme**: Ürünün rengi, materyali ve boyutları gibi objektif tanımlayıcıları (örn: neon pink, extra large, reclaimed wood) başlığın en başında veya ortasında belirtebilirsiniz.
- **Kısa ve Anlaşılır Başlıklar**: Başlıkların 15 kelimeden daha az olması, karmaşık

olmaması ve kelime tekrarından kaçınılması isteniyor. Yaklaşık **70-100 karakter** ve 12-13 anahtar kelime civarında bir başlık uzunluğu hedeflenebilir.
- **Önemli Tatil/Özel Gün Anahtar Kelimeleri**: Ürün doğrudan bir tatil veya özel gün ile ilgiliyse (örn: “birthday candle” veya “Halloween costume”), bu tür ifadeler başlıkta belirtilebilir.
- **Objektif Tanımlayıcılar**: “Dress”, “mug”, “table” gibi ürününüzü net bir şekilde açıklayan kelimeleri kullanın.

1.2.2 B. Başlık Oluştururken Ne Yapmamalıyız?

- **Öznel Kelimelerden Kaçınma**: “Perfect”, “beautiful”, “wonderful” gibi öznel sıfatların başlık ve etiketlerde kullanılmaması öneriliyor, çünkü müşteriler genellikle bu tür kelimelerle arama yapmazlar ve algoritma tarafından istenmemektedir.
- **Fiyat ve Kargo Bilgileri**: “On sale”, “free shipping” gibi fiyatlandırma veya kargo bilgilerinin başlıklara eklenmemesi, bunun yerine ürün açıklamalarında yer alması önerilir.
- **Hediyelik veya Kişiselleştirme İfadeleri**: “Gift for him”, “gift for her”, “birthday present”, “personalized gift” gibi genel hediye anahtar kelimelerinin başlıklarda mümkün olduğunca bulundurulmaması tavsiye ediliyor.
- **Tekrarlayan ve Gereksiz Anahtar Kelimelerden Kaçınma**: Örneğin, “unisex adult poncho unisex cotton poncho” gibi tekrarlayan kelimelerin bir arada kullanılmaması önerilir.
- **Virgül ve Tire Kullanımı**: Yeni dönemde Etsy, başlıklarda virgül ve tire gibi noktalama işaretlerinin kullanılmamasını önermektedir.

1.3 III. Etiket (Tag) ve Açıklama (Description) Alanlarındaki Değişiklikler

- **Etiketler**: “Beautiful”, “perfect” gibi öznel kelimeler etiketlerde bile kullanılmamalıdır. Ancak “birthday present” ve “personalized gift” gibi anahtar kelimeler etiketlerde kullanılabilir.
- **Anlamlı İçerik (Semantic SEO)**: Başlıklar, etiketler ve açıklamaların anlamlı içerikler oluşturması gerektiği vurgulanıyor. Google’ın semantik SEO yaklaşımına benzer şekilde, Etsy’de de **anahtar kelime doldurma (keyword stuffing)** yani aynı anahtar kelimeyi defalarca tekrar etmek “aldatmaca (scam)” olarak algılanıyor. Bu durum mağazanın sıralamasını düşürerek satışları olumsuz etkileyebilir.

1.4 IV. SEO’yu Etkileyen Diğer Faktörler (Kapsamlı Algoritma)

Etsy SEO’su sadece başlık, etiket ve açıklamalardan ibaret değildir. **Etsy’nin arama algoritmasında öne çıkmak için** birçok farklı faktör göz önünde bulundurulur:

- **Alternatif Metinler (Alt-text)**: Görsellerin alternatif metinleri SEO için önemlidir.
- **Satışlar**: Ürünün kaç adet sattığı önemli bir faktördür.
- **Mağaza İtibarı ve Yorumlar**: Mağazanızın ve ürünlerinizin ortalama yorum puanı (örn. 4.5 yıldız), genel satış sayısı, Star Seller statüsü ve sunduğunuz müşteri hizmetlerinin kalitesi gibi faktörler etkilidir. Etsy'nin yapay zekası, müşteri yorumlarından öne çıkan anahtar kelimeleri (örneğin, "love it," "beautiful," "cute," "gift worthy") özetleyerek SEO'yu etkileyebilir ("Highlighted from Comments").
- **Mağaza Bilgileri ve Tamamlanma Durumu (Shop Completion)**: Mağazanızın konumu, duyurular (announcements), mağaza başlığı (shop title), mağaza açıklaması (shop description), mağaza hikayesi (shop story), bölümler (sections) ve ürün özellikleri (attributes) gibi tüm içeriklerin eksiksiz ve düzenli bir şekilde doldurulması ve güncel tutulması gerekmektedir.
- **Arama Filtreleri (Search Filters)**: Ürünlerin doğru filtrelerle eşleşmesi önemlidir.
- **Reklam Optimizasyonu**: Reklamların doğru optimize edilmesi ve negatif anahtar kelimelerin kullanılması da arama motoru görünürlüğünü artırabilir.

1.5 V. Satıcılar İçin Öneriler ve Dikkat Edilmesi Gerekenler

Yeni güncellemelerle birlikte satıcıların şunlara dikkat etmesi önerilir:

- **Tüm Başlıkları Aniden Değiştirmeyin**: Mevcut tüm başlıkları direkt olarak değiştirmek, trafik ve satışlarda ciddi düşüşlere neden olabilir.
- **Önceliklendirme Yapın**:
  - **Çok Satan Ürünler (Bestseller)**: Halihazırda iyi satan ve performans gösteren ürünlerin başlıklarına dokunmayın.
  - **Düşük Performanslı Ürünler**: Satışlarından memnun olmadığınız veya düşük performans gösteren ürünlerin başlıklarını Etsy'nin yeni isteklerine göre optimize etmeye başlayın. Bu, değişikliklerin etkisini test etmek ve buna göre stratejinizi belirlemek için sağlıklı bir yöntemdir.
- **Etsy'nin Anahtar Kelime Önerilerini Kullanın, Tüm Başlıkları Değil**: Etsy'nin yapay zeka tarafından önerilen başlıklar tamamen uygulanmamalıdır, çünkü çok kısa başlıklar trafik düşüşlerine neden olabilir. Önerilen anahtar kelimeler başlığınızın başlangıcı için faydalı olabilir, ancak başlığın geri kalan kısmını kendi ilgili anahtar kelimelerinizi kullanarak oluşturmanız ve yapay zekanın gözden kaçırdığı önemli anahtar kelimeleri eklemeniz önerilir.
- **Mağaza İçeriğini Tamamen Doldurun**: Duyurulardan mağaza açıklamasına, mağaza hikayesine ve diğer tüm içeriklere kadar mağazanızdaki bilgileri eksiksiz doldurmak, avantaj sağlayacaktır.
- **Sürekli Takip Edin**: Etsy'deki yeni güncellemeleri sürekli takip etmek, sorun yaşamamanız için önemlidir.
- **Araçlar Yeterli Değil**: eRank veya Alura gibi araçları kullanmak faydalı olsa da, SEO'nun temel mantığını ve müşterilerin arama davranışlarını anlamak bu araçlardan daha kritiktir.

- **Dördüncü Çeyrek Öncesi Strateji (Q4)**: Özellikle dördüncü çeyrek gibi yoğun dönemlerde, tüm anahtar kelimeleri tamamen çıkarmak veya başlıkları aşırı kısaltmak yerine dikkatli ve kısmi değişiklikler yapın.

Özetle, Etsy'de başarılı bir SEO stratejisi için sadece başlık, etiket ve açıklamalara odaklanmak yeterli değildir. Yapay zeka güncellemeleriyle birlikte daha net, kısa ve anlamlı başlıklar oluşturmak, anahtar kelime doldurmaktan kaçınmak ve tüm mağaza içeriğini eksiksiz ve güncel tutmak kritik öneme sahiptir. Değişiklikler kademeli ve dikkatli bir şekilde uygulanmalı, özellikle çok satan ürünlerin başlıklarına doğrudan müdahale etmekten kaçınılmalıdır.