1 Yapay Zeka Çağında SEO:Kurallar Değişiyor

Yapay Zeka Çağında SEO-Kurallar Değişiyor: Google'ın yapay zeka özellikleriyle müşteri kazanma stratejileri, geleneksel Arama Motoru Optimizasyonu (SEO) kavramının ötesine geçerek **Generatif Motor Optimizasyonu (GEO)** adını verilen yeni bir yaklaşımla ele alınmaktadır. Bu yeni dönem, Google'ın arama deneyiminde köklü değişiklikler ve markalar için yeni fırsatlar sunmaktadır.

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

1.1 Google Arama Deneyimindeki Değişim ve Fırsatlar:

- **Arama Motorundan Cevap Motoruna Dönüşüm:** Google artık sadece bir bağlantı listesi olmaktan çıkmış, yapay zeka tarafından derlenmiş yanıtlar sunan bir "cevap motoru" haline gelmiştir. Yapay zeka tarafından oluşturulan bu cevaplarda markanızın adı geçmiyorsa, görünmez hale gelirsiniz.
- **Soru Bazlı Aramalarda Artış:** ChatGPT'nin yaygınlaşmasıyla kullanıcılar daha sofistike hale gelmiş, temel anahtar kelimeler yerine tam sorular sormaya başlamıştır. Soru bazlı aramalar son 8 ayda %38'den %87'ye yükselmiştir.
- **Artan Arama Hacmi:** Günlük Google aramaları 8.5 milyardan 13.7 milyara yükselmiştir. Bu durum, insanların daha sık arama yaptığı ve markanızın yeni formatta görünmesi için daha fazla fırsat olduğu anlamına gelmektedir.
- **SEO Artık Marka Keşif Kanalı:** Tüketicilerin %90'ı bir şirketi ilk kez organik bir Google sonucundan duyduğunu belirtmektedir. Yapay zeka sonuçlarında markanızın anılması, sizi müşterinin zihninde ön plana çıkarır ve uzun vadeli marka değeri oluşturur. Bu, "yeni üst huni" stratejisi haline gelmiştir.

1.2 Google AI Ekosisteminin Ana Bileşenleri:

Google'ın yapay zeka ekosisteminin iki ana bileşeni olan AI Overviews ve AI Modu, içeriğinizin müşterilere nasıl sunulacağını temelden değiştirmektedir.

- **AI Overviews (Yapay Zeka Genel Bakışları):**
  - Kullanıcıların **en yüksek niyetle arama yaptığı** (araştırma, karşılaştırma veya karar verme aşamasında olduğu) zamanlarda ortaya çıkar.
  - Bilgilendirici aramaların yaklaşık %50'sinde ve ticari aramaların %17.8'inde görünürken, navigasyonel veya işlemsel aramalarda daha az görünürler.
  - İçeriğiniz bu özetlere çekilmezse, sadece trafik kaybetmekle kalmaz, müşterinin **karar verme anını** da kaçırırsınız.
- **AI Mode (Yapay Zeka Modu):**
  - Arama sonuç sayfasını tam teşekküllü bir yapay zeka sohbetine dönüştürür.
  - Çok parçalı, uzun kuyruklu soruları anında cevaplar ve genellikle geri bağlantı

vermeyen, görünmeyen kaynaklardan bilgi çeker. Bir araştırma asistanı gibi davranır.
- **"Query Fanout" Tekniği:** Tek bir soru sorduğunuzda, Google arka planda 10, 20, hatta 30 gizli alt arama yapar. Bu alt sorgular, bir profesyonel web sörfçüsünün davranışını simüle ederek, en iyi bilgiyi toplar ve sıkıştırılmış, yetkili bir yanıt sunar.
- **Pazarlamacılar İçin Zorluk:** AI Modu'nda bu alt aramaları, hangi sayfaların kullanıldığını veya sıralamaları takip edemezsiniz. Bu nedenle, içeriğinizin bu gizli alt aramalarda görünmesi ve güvenilir bulunarak alıntılanması hayati önem taşır.

1.3 İçeriğinizin Google AI Tarafından Alıntılanmasını Sağlama Stratejileri (GEO):

Bu yeni ortamda başarılı olmak ve Google'ın yapay zeka katmanında öncelikli görünürlük elde etmek için içeriğinizin Google'ın yapay zekası tarafından alıntılanmasını sağlamanız gerekir.

1. **Yapay Zekanın Güvendiği Kaynakları Tersine Mühendislikle Çözün:**
   - NeilPatel.com/Ubersuggest adresine giderek bir rakibin alan adını girin.
   - Rakibinizin tahmini arama trafiğini, en iyi SEO sayfalarını, geri bağlantılarını ve sosyal paylaşımlarını inceleyin.
   - En çok ziyaret edilen sayfalarını ve bu sayfalara trafik çeken anahtar kelimeleri belirleyin. Bunlar, Google'ın zaten güvenilir, değerli ve ilgi çekici olarak gördüğü içeriklerdir.
2. **Anahtar Kelime Boşluklarını (Keyword Gaps) Bulun:**
   - Ubersuggest'in sol menüsündeki "Anahtar Kelime Araştırması" > "Benzer Web Siteleri" bölümüne kendi alan adınızı girin.
   - "Anahtar Kelime Boşluğu" özelliğini kullanın. Bu, rakiplerinizin trafik aldığı ancak sizin alamadığınız anahtar kelimelerin bir listesidir.
   - Bunlar, zaten trafik getiren ve yapay zeka genel bakışlarında veya AI Modu'nda görünme olasılığı yüksek, doğrulanmış fırsatlardır.
3. **Daha İyi, Daha Derin ve Multimedya Zenginliğinde İçerik Oluşturun:**
   - Sadece daha fazla blog yazısı yazmak yeterli değildir; Google'ın yapay zekası artık sadece metni taramıyor. **Netlik, eksiksizlik ve güvenilirlik** ödüllendirilir. Yapay zeka hacmi değil, bu nitelikleri ödüllendirir.
   - **Multimedya İçerik Kullanın:** Videolar, görseller, açıklayıcı grafikler, infografikler gibi farklı formatlardaki içerikleri makalelerinize ekleyin. İnsanlar görsel içeriği daha hızlı tüketir ve Google'ın yapay zekası, insanların tercih ettiğini sunmak üzere tasarlanmıştır.
   - Bu zengin içeriği, Ubersuggest'te bulduğunuz anahtar kelime boşluklarıyla birleştirin. Bu, içeriğinizi yapay zekanın bir soruyu cevaplamak için seçtiği güvenilir bir kaynağa dönüştürecektir.
4. **Semantik Konumlandırmaya Odaklanın:**

- Artık sadece anahtar kelimelerle ilgili değil, bu kelimelerin bağlamda ne anlama geldiği ve ilgili konularla nasıl bağlantı kurduğudur.
- Yapay zekayı, markanızı sadece belirli bir anahtar kelime için değil, **bir sorunun arkasındaki tüm düşünce süreci için başvurulacak bir kaynak** olarak tanımaya eğitin.

Bu stratejileri uygulayarak, Google'ın yapay zeka katmanında öncelikli görünürlük elde edebilir, marka bilinirliği oluşturabilir ve müşteri talebini artırabilirsiniz. Çoğu şirket trafik kaybı konusunda paniklerken, akıllı olanlar yapay zeka özelliklerinin görünürlüğü en güvendiği kaynaklara yeniden dağıttığını fark eder ve bu dar fırsat penceresini değerlendirir. Yapay zeka sonuçlarında alıntı yapılmak, uzun vadeli marka değeri oluşturmanın en hızlı yoludur ve markanız için sürekli bir gösterim, güven ve yayılım sağlar.