İçerik kılavuzu

İçerik kılavuzu **0**
İçerik nasıl oluşturulur? 1
Başlık ve detaylar 1
Alt başlık seçimi (H2-H3 ... tagları) 2
Arama niyeti neden önemlidir? 2
Arama niyeti nasıl alt başlığa dönüştürülür? 3
Google otomatik tamamlama tahminleri 3
Kullanıcılar bunları da sordu 3
Ahrefs ve Semrush gibi üçüncü parti yazılımlar 4
Alt başlık kullanım oranı ve sayısı 4
Anahtar Kelimeler (Keywords) 5
İç bağlantılar 6
Dış bağlantılar (Kaynakça) 7
Güvenilir kaynak seçimi 7
SEO alanları 7
Nedir içerikleri için rehber 8
İçerikten beklenen 8
İçerik araştırması 8
İçerik şablonu 8
Giriş paragrafları 8
Alt başlıklar 9
İpucu içerik rehberi 10
İpucu içerikleri hakkında genel görüşler 10
Örnek yazı kaynakları 11

Bu rehber, R10.net blog içerik ekleme için gerekli olan rehber bölümüdür. İçerik yazarken önemli olan kısımları, kuralları, nasıl yazılması gerektiğini ve yazarken dikkat edilmesi gereken detaylar hakkında bilgiler verilmiştir.

R10.net blog bölümüne içerik üretmeden önce rehber içerisinde yazılan kuralları ve yazım diline göz gezdirmeniz, içeriğinizin daha hızlı onaylanmasına katkı sağlayacaktır. Blog bölümüne kayıtlı olan tüm kullanıcılarımız içerik gönderebilecektir. Gönderdiğiniz her içerik bu rehberde anlatılan kurallara göre değerlendirilecek ve buna göre onay verilecektir.

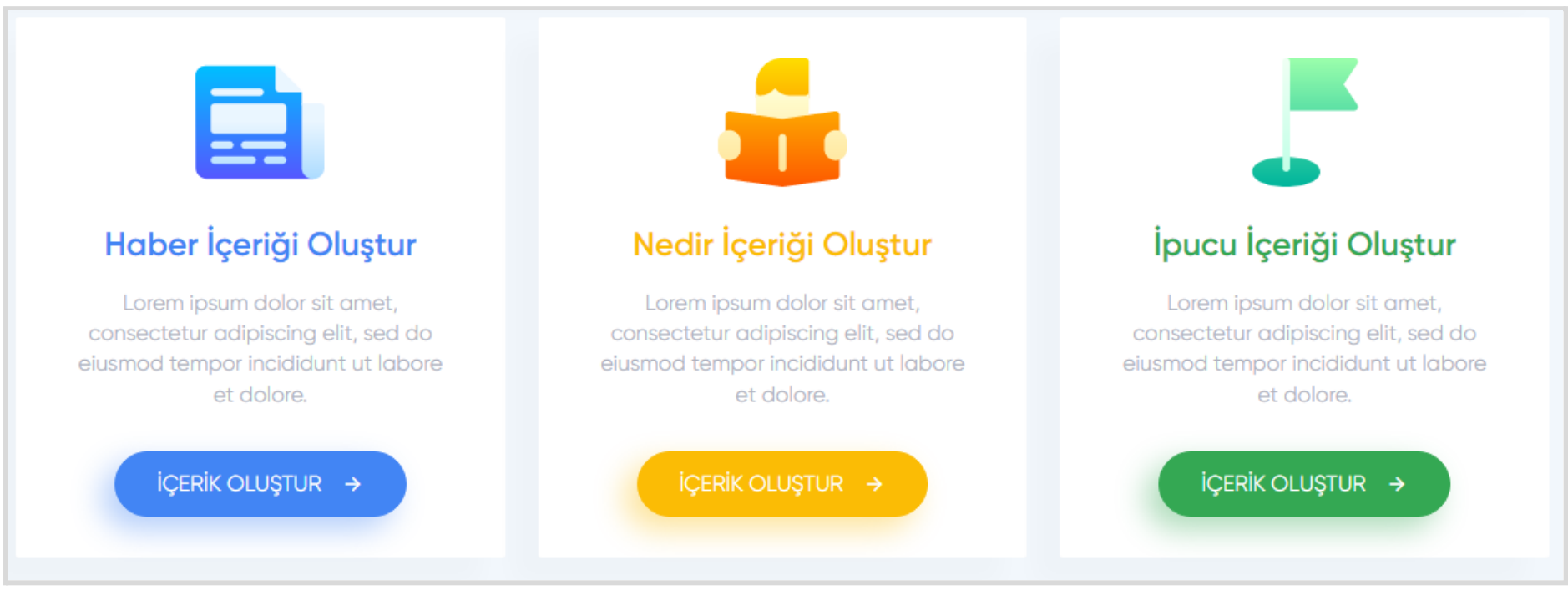
O yüzden bu rehberi detaylı bir şekilde okuduktan sonra içerik oluşturmanız, içeriğinizin yayınlanmasını konusunda avantaj sağlayacaktır.

R10.net blog tarafında yazılan tüm maddeler tarafsız bakış açısı ile yazılmalı, tüm görüşler adil, orantılı ve yansız olarak doğrulanabilir şekilde sunulmalıdır. Oluşturduğunuz yazıların bazılarında anlatılan konuya/içeriğe yorum katılamaz ve kaynaklarla doğrulanması gerekecektir.

1. İçerik nasıl oluşturulur?



Yeni bir yazı oluşturmak için, sayfanın üst tarafında bulunan "**içerik gönder**" butonuna tıklamanız yeterlidir. Bu yapıldığında, içerisinde yeni yazı oluşturabileceğiniz kategoriye ait seçim ekranı çıkacaktır. **Haber, Nedir ve İpucu** içeriklerinden hangisini yazmak istiyorsanız "**İçerik oluştur**" bağlantısına tıklamanız, içinde **içerik oluşturabileceğiniz** yazı olan metin kutusu ile birlikte bir sayfa açılacaktır.



Haber, Nedir ve İpucu içerikleri oluşturma alanı

1. Başlık ve detaylar

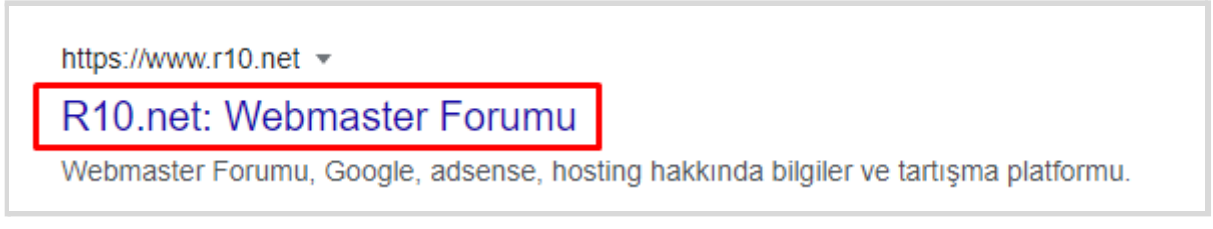


Kategori seçerken, oluşturacağınız içeriği en iyi tanımlayan ve içeriğe uygun olanını seçmeniz gerekmektedir.

İçerik başlığı seçerken 255 karakteriniz olduğu için bunu dikkatli kullanmanız gerekmektedir. İçeriğinizin konusu hakkında kullanıcılara ilk bilgi verecek kısım sayfa başlığıdır.

Arama sonuçlarında kullanıcıların ilk dikkatini çekecek ve içeriğinize giriş yapmalarını sağlayacak olan Title bölümüdür. Başlık oluştururken yazdığnız yazının **ne ile alakalı olduğunu** belirtmeniz gerekmektedir.

İçerik başlığına yazdığınız başlık, arama sonuçlarında da aşağıda kırmızı kutu içine aldığımız şekilde görünmektedir.



Google arama sonuçlarında başlık görünümü

Sayfa başlığı oluştururken aşağıdaki noktalara dikkat etmeniz gerekmektedir;

- Sayfa başlığında maksimum izin verilen karakter sınırı 255 olsa bile, çok uzun başlıklar arama sonuçlarında **...** (üç nokta) şeklinde kısaltma olarak gözükeceği için 50-60 karakter arasında olmalıdır.
- Sayfa başlığı kullanıcıyı etkilemeniz gerekli olan netliği, vuruculuğu sağlaması gerekmektedir.
- **Nedir** bölümüne içerik üreteceksenız başlık seçimi direkt olarak; **yazacağınız konu + nedir** şeklinde olmalıdır. Yani yazdığınız yazının ilk cümlesinin **öznesi niteliğinde** olmalıdır.
  Örnek: **Webmaster nedir?** şeklinde kısa bir başlık yapısı kullanmanız gerekmektedir.
- **İpucu** bölüme içerik üretmeye karar verdiyseniz; başlığınız konudaki çözümleri anlatacak nitelikte olmalıdır.
  Örnek: **Kaliteli içerik üretimi nasıl yapılır? Semantik içerik ipuçları** şeklinde bir başlık yapısı kullanabilirsiniz. Nasıl yapılır, teknikleri, sorun ve çözümü gibi kalıpları kullanarak bitirebilirsiniz.
- **Haber**, başlıkları diğer alanlara göre daha fazla düşünülmesi gereken başlık türleridir. Oluşturacağınız haber kullanıcıların ilgisini çekmek ve keşfet tarafına düşebilmek için çok önemlidir.

2. Alt başlık seçimi (H2-H3 ... tagları)

Alt başlıklar, uzun içeriklerin okunmasını kolaylaştırmak ve içerik hakkında kullanıcılara daha fazla bilgi sağlamak amacıyla kullanılmaktadır. Alt başlıkları belirlerken en temelde önceliğiniz **Arama niyeti (Search Intent)** olmalıdır.

Search Intent: Kullanıcıların neden bu aramayı yaptığı ve arama sorgusu ile neye ulaşmak istediğini anlamaya verilen isimdir. Bu yüzden kullanıcıların arama motoru üzerinde yaptığı aramaya bağlı beklediği sonuçları tam olarak karşılamak gerekmektedir.

Arama niyeti öncelikler baz alındığında 4 kısıma ayrılı;

- **Informational - Bilgilendirici**
  Bir konu hakkında bilgi edinmek ya da bir soruya cevap vermek niyetinde yapılan kullanıcı sorguları **informational intent** adı verilmektedir.
  Örnek: **Backlink nedir? Ne işe yarar** gibi bir sorgu ile kullanıcı konu hakkında detaylı bilgi edinmeyi amaçladığını göstermektedir.
- **Navigational - Yönlendrici**
  Ne aradığını tam olarak bilen ve bir kaynağa ulaşma amacıyla amacıyla gerçekleştirilen sorgu türlerine **Navigational intent** denir. Adres çubuğuna tam URL yazmak yerine, sadece gireceği sitenin ismini yazarak gelen sorgular olduğunu söyleyebiliriz.
  Örnek: **R10 giriş** veya **R10 Seo danışmanlığı**
- **Transactional - Satın alma (Ticari)**
  Arama sorguları üzerinden satın alma amacıyla gerçekleştirilen sorgu türlerine **Transactional intent** denilmektedir. Kullanıcılar hedefledikleri satın almayı gerçekleştirmek için arama motorlarına ilgili hizmet ya da ürüne yönelik sorguları gerçekleştirmektedir.
  Örnek: **Adidas stan smith beyaz erkek ayakkabı**
- **Commercial - Ticari araştırma**
  Herhangi bir hizmet veya ürünü almadan önce marka veya ürünle ilgili karar verme sürecine katkı sağlayacak kullanıcı sorgularına **Commercial Intent** denilmektedir. Kullanıcı satın almak istediği ürün veya ürün grubu hakkında daha fazla bilgi almak istediği veya tam karar veremediği durumlar olarak da ifade edebiliriz.

Arama niyeti neden önemlidir?

Arama motorlarındaki sonuçlar, kullanıcıların yaptığı aramayı karşılayacak en iyi deneyimi, en doğru sonuca en hızlı şekilde ulaştırmak amacındadır. Bu yüzden kullanıcıları en doğru sonuçlarla karşılaştırmak için öncelikle kullanıcıların sorgularını ve o sorgulardaki kullanıcı niyetini çok iyi analiz etmek gereklidir.

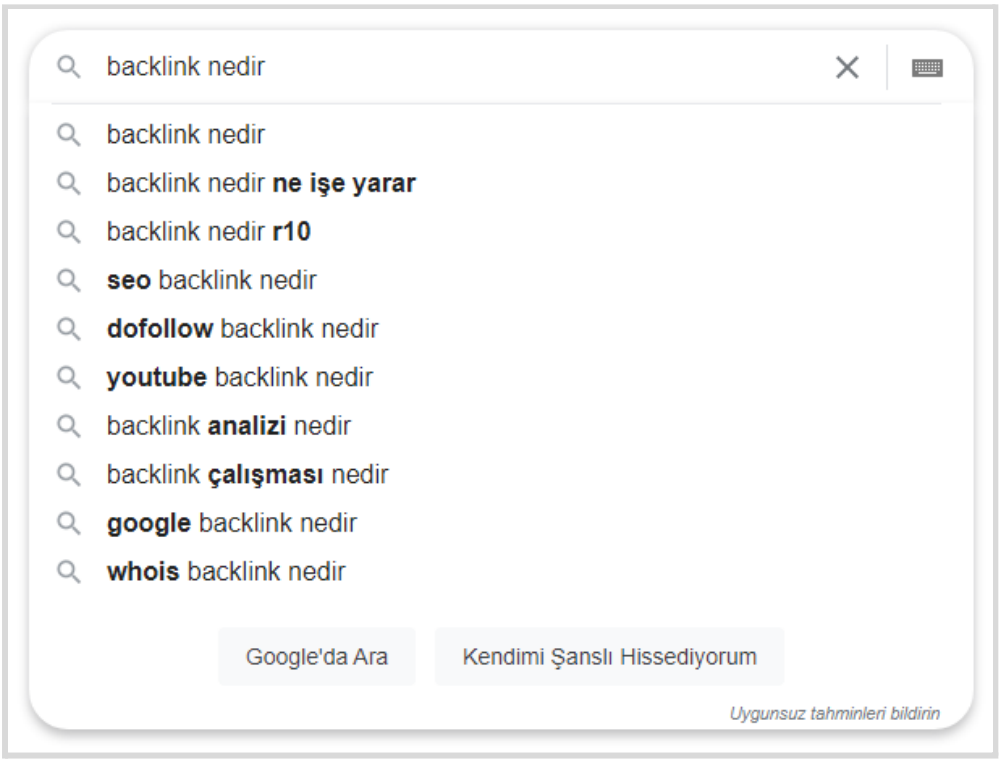
Kullanıcı niyetine cevap vermeyen siteler, ziyaret eden kullanıcının aradığı sorgulara yanıt veremeyeceği için arama motoru sonuç sayfasına geri dönüş yapacaktır. Bu durum ilgili siteye giriş yapan kullanıcıların büyük bölümünde tekrar ettiğinde artık Google bu sitenin kullanıcı sorgusuna karşılık vermediği gerekçesiyle sıralamadan çıkartması olasıdır. Site içerisinde bu durum sürekli olarak farklı içeriklerde de tekrarlanıyorsa arama motorlarının **Index kalitesi** dediğimiz tarafında değer azabilir ve tüm aramalardaki performansı düşebilir.

Arama niyeti nasıl alt başlığa dönüştürülür?

Alt başlıklar içeriğinizi genişletecek ve daha fazla detay vermenize imkan sağlayan bölümlerdir. Konu içerisinde nelerden bahsetmek istiyorsanız ve değindiğiniz konular hakkında detaylı bilgi vermek istediğinizde kullanabilirsiniz.

Yukarıda anlatılan arama niyeti tanımından sonra gelen alt başlığımız konu hakkında sizlere daha fazla detay vermek ve bu detaydan sonra konuyu asıl istediğimiz bölüme aktarmaktır. Arama niyetine ulaşabileceğiniz pek çok yöntem bulunmaktadır.

1. Google otomatik tamamlama tahminleri



Google'da herhangi bir arama yaptığınızda karşınıza yandaki gibi bir otomatik tamamlama bölümü çıkacaktır. Bu bölümde sizin yazdığınız sorguya göre diğer kullanıcıların yaptıkları arama sorguları çıkmaktadır. Bunların hepsi birer **arama niyeti**dir.

İçeriğinize uygun olacak akışı bozmayacak sorguları içeriğinizi geliştirmek için taslak olarak kullanabilirsiniz.

İçeriğinizi yazmadan önce taslak olarak oluşturduktan sorna düzenlemek, içeriğinizin kalitesinin artmasına doğrudan etken olacaktır.

2. Kullanıcılar bunları da sordu

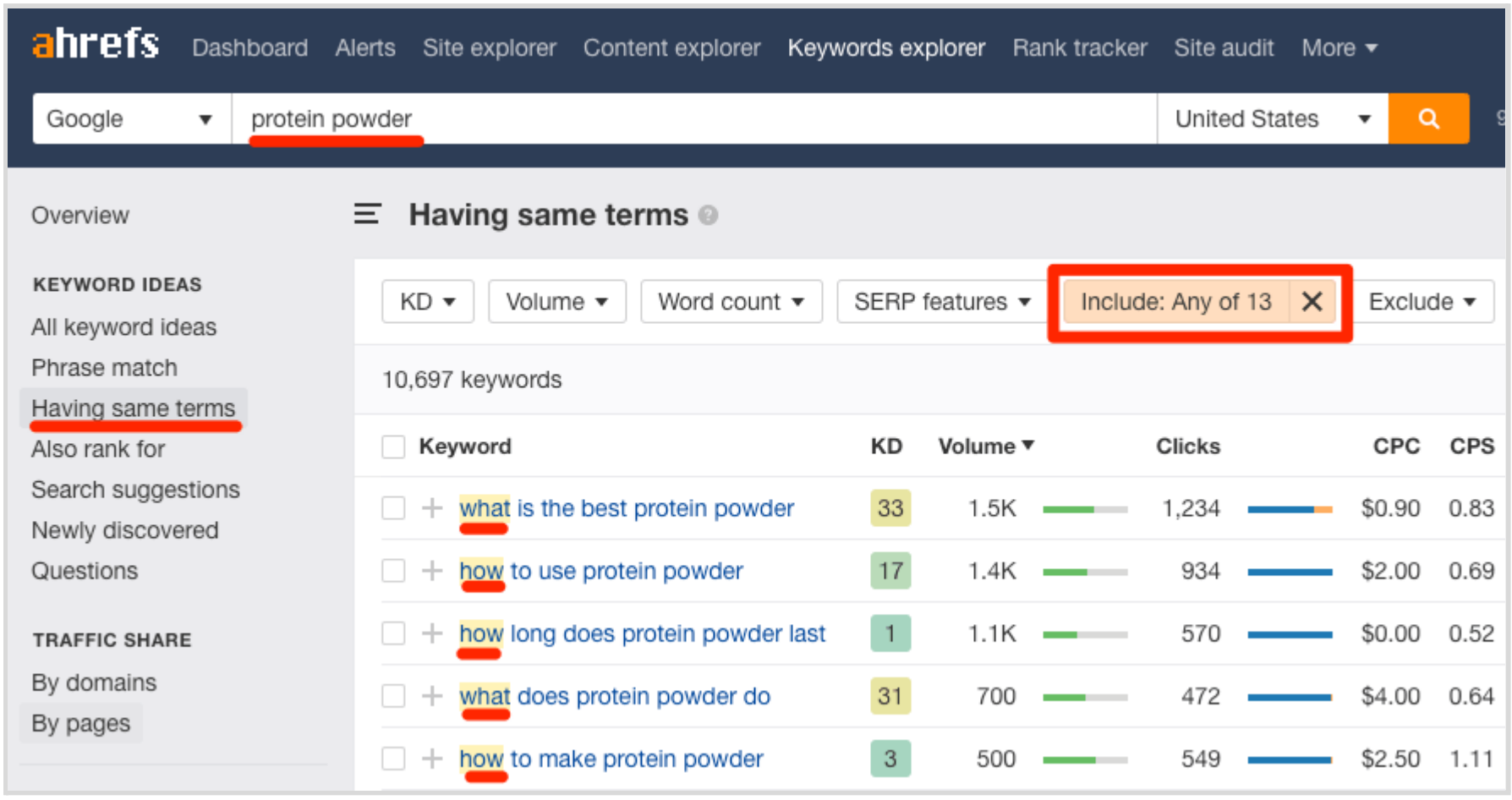


Kullanıcılar bunları da sordu bölümü, arama sorgusu yaratan kullanıcıların oluşturduğu soru kalıplarının derlenmesi ile oluşturulmuştur. Direkt olarak Google'ın kendi oluşturduğu alt başlık madeninden yararlanmanız içeriğe güzel hit kazandıracaktır.

Bu bölümde kısıtlı bir soru kalıbı da görseniz alttaki sorulara tıkladıkça sürekli olarak yeni soru eklendiğini göreceksiniz. Bu şekilde içeriğinizi daha fazla geliştirmek isterseniz bu yöntemi de kullanabilirsiniz.

3. Ahrefs ve Semrush gibi üçüncü parti yazılımlar

Ahrefs ve Semrush gibi üçüncü parti seo yazılımları ile de arama niyeti sorgusu yapmak mümkün. Soru kalıplarıyla filtreleyerek kullanıcıların ilgili arama sonucu ile neler sorduklarını öğrenebilirsiniz.



Alt başlık kullanım oranı ve sayısı

İçeriğimizin kelime sayısına ve alt başlık sayısına göre yaklaşık bir kelime sayısı tahmininde bulunabiliriz. "**Backlink nedir**" konusu için ilk 20 sıradaki arama sonuçlarının kelime sayısı ortalaması 3.115 kelime civarında. En uzun içerik 11.506 kelime olarak yazılmış. Yani ortalama 5.000 kelimelik bir içerik bizim için faydalı olacaktır.

Ancak alt başlık ve anahtar kelime adetleri konusunda *(birebir her konuda aynı olmamak kaydıyla)* önerilerimiz şu şekildedir:

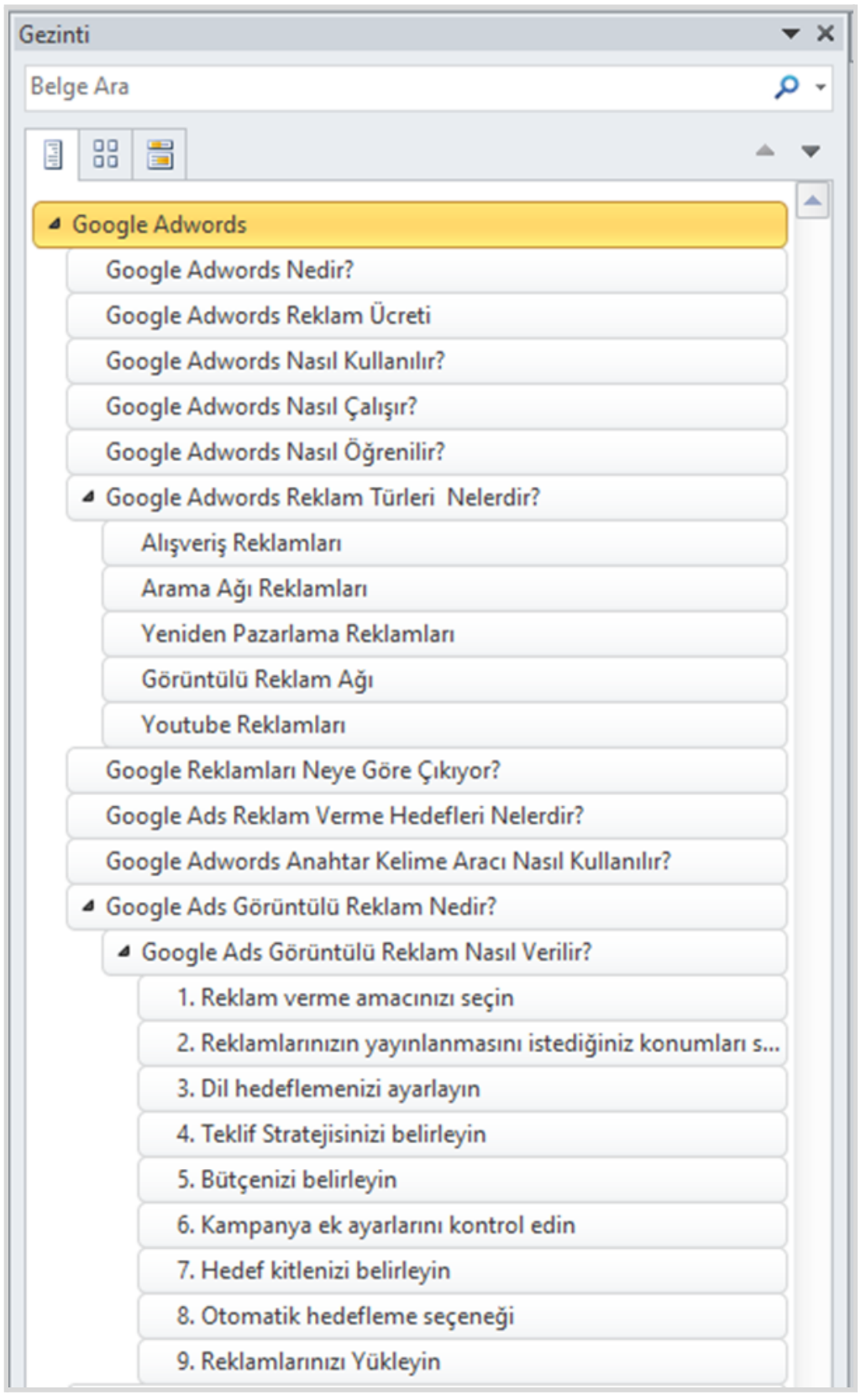
Başlık + Alt Başlık Sayısı x 100 = Çıkan sonuç yazılmasını tavsiye ettiğimiz kelime sayısı. Konuya göre +-100 kelime fark edebilir.

Örnek olarak: 8 adet alt başlık belirlediysek + başlık = 9 x 100 = 900 Kelime elde ediyoruz.

Anahtar kelimeler ise her alt başlığın farklı paragraflarında 2 adet ortalama tavsiye ediyoruz. Yani şu şekilde, 900 kelimelik bir içerikte yaklaşık 18 farklı anahtar kelime kullanabilirsiniz.

Önemli Not: Aynı anahtar kelimeyi 18 defa kullanalım değil! Birbirinden farklı 18 anahtar kelime kullanabiliriz. Her 100 kelime içerisinde maksimum 2 adet anahtar kelime kullanımı tavsiye ediyoruz. Yani oran olarak %2 gibi...

Alt başlıkları takip edebilmek için Office Word programının "Gezinti" sekmesinden faydalanabilirsiniz.



Gezinti sekmesi görünümü bu şekildedir. Buradan alt başlıkları belirleyip, yazacağınız alt başlığa tıklayarak ilgili satıra gidebilirsiniz.

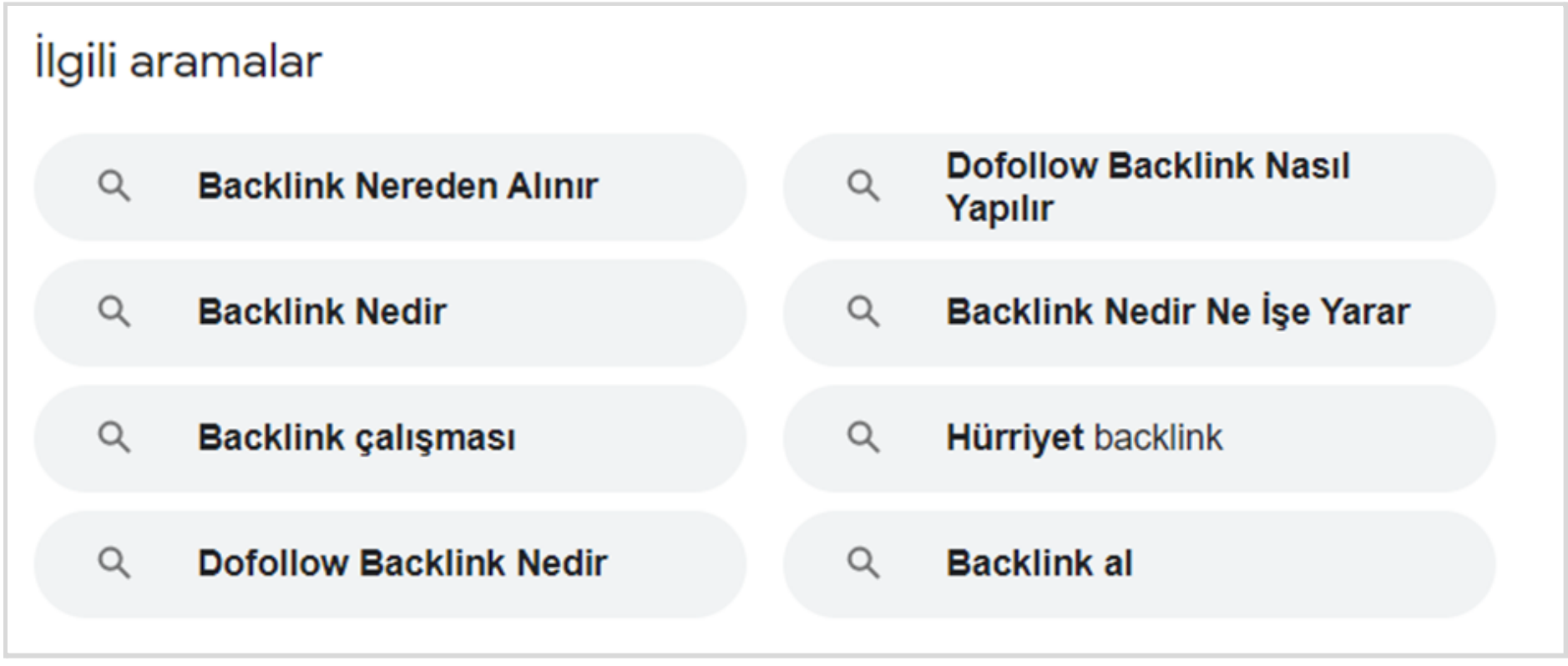
Anahtar Kelimeler (Keywords)

Anahtar kelimeleri de önceliğimizi Google baz alarak yapmak yine en çok tavsiye ettiğimiz yöntemdir. Çok iyi Keyword araçları da bu konuda çok detaylı sonuçlar çıkarabilir, ancak yine aynı şekilde Google sonuç vermezse araçlar konusuna başvurmanızı tavsiye ederiz.

Bunun başlıca sebebi, sitemizi ziyaret eden kullanıcılar ağırlıklı olarak Google arama motoru kullanıyor, bu arama terimlerini Google işliyor ve web sitemizdeki verileri de indexine alırken kendi topladığı arama terimi verilerini kullanıyor.

Yani Google sitenizde kendi kullanıcılarının yaptığı aramalardan ve önerilerden yola çıkılarak hazırlanan bir içeriğe, rastgele yazılmış bir içerikten daha çok değer verecektir.

Anahtar kelime belirlerken de sayfanın en alt kısmında sayfa numara sırasının hemen üzerindeki **“ilgili aramalar”** kısmından belirleyebiliriz.



Burada önemli olan doğru kelime ve kelime gruplarını ilgili alt başlıkların altına yerleştirmektir. Örneğin yukarıdaki görselde “dofollow backlink nedir” kelimesini içeriğimizdeki “backlink türleri” konusunu içeren alt başlığın içerisinde kullanmak mantıklı olacaktır.

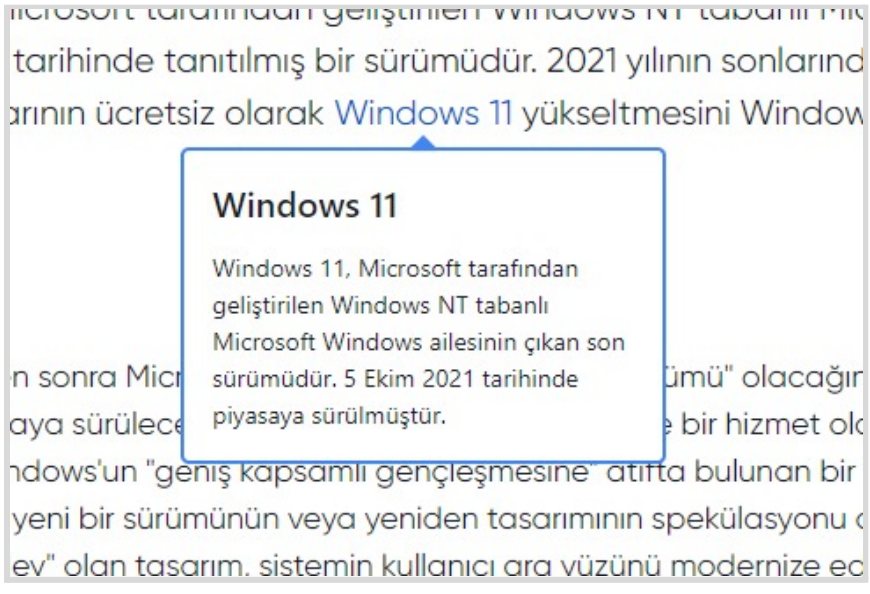
Aynı şekilde yetersiz anahtar kelime elde ettiğinizi düşünüyorsanız sayfanın altındaki ilgili aramalardan konunuzla ilgili olanlara tıklayarak diğer açılan sayfalardaki “ilgili aramalar” kısmına göz atabilirsiniz.

İç bağlantılar

Blog bölümünün kullanışlı olması için içerikler arasında kullanıcılar rahatça dolaşabilmelidir. Bir içeriği okurken bilmediği bir kavrama bakabilmesi için diğer konuyu da ziyaret ederek okuması gerekir. İç bağl

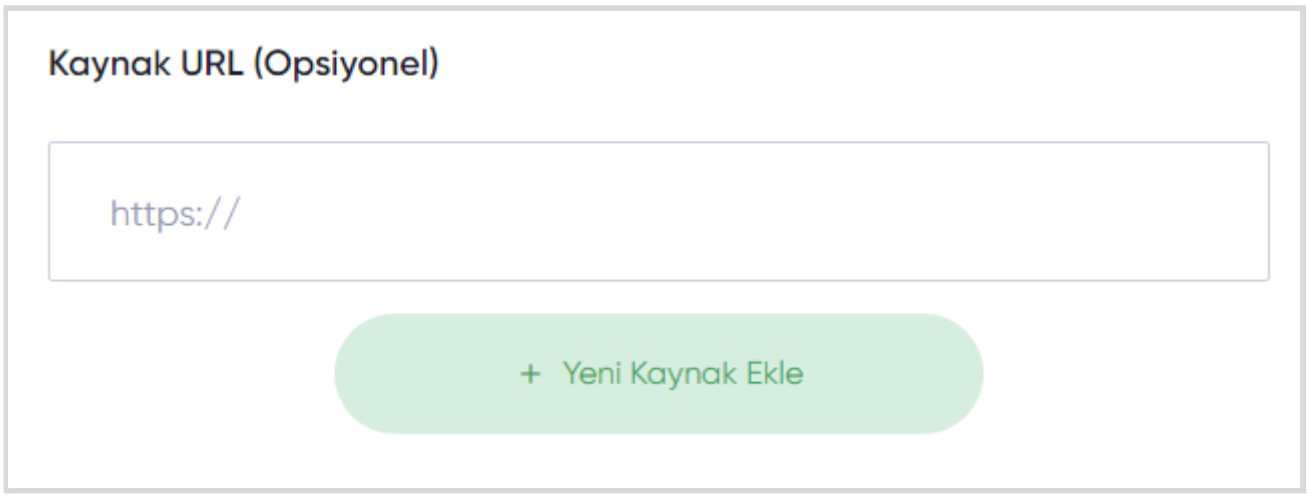
- İç bağlantıları seçerken “ Bu içeriği okurken benim bilmediğim kaynaklar neler?” sorusunu sormanız gerekiyor.
  Örnek olarak;
  PHP, internet için üretilmiş, sunucu taraflı, çok geniş kullanımlı, genel amaçlı, içerisine HTML gömülebilen betik ve programlama dilidir.

- İç bağlantı oluştururken birden fazla aynı kelime geçiyorsa hepsine link vermenize gerek yoktur. Tek bir link o konu için yeterli olacaktır.



Nedir bloğunun içerisinde yapılan iç linklemede bağlantının üstüne gelindiğinde yazdığınız ilk cümle kullanıcıya gösterilecektir. Bu yüzden ilk paragraf oluştururken bu özelliğe dikkat etmeniz gerekmektedir.

Dış bağlantılar (Kaynakça)



İçerikle ilgili maddelere kaynak eklerken hatırlamanız gereken tek bir kural var; ansiklopedik bütünlüğü korumak için değindiğiniz bölümle alakalı detayların bulunduğu veya ilgili bölümü kaynaktan aldığınız yerlere kaynak eklemeniz gerekmektedir.
Eklediğiniz kaynaklar yazı içerisinde indis şeklinde gözükecek ve en altta kaynak linki olacaktır bu yüzden yeterince güvenilmeyen siteleri kaynak olarak göstermemelisiniz.

Kaynak olarak göstereceğiniz siteler herkes tarafından onaylanabilecek ve güvenirliği kanıtlanmış siteler olmalıdır.

Kaynak kullanımı, nedir bölümünde **zorunludur.**

Güvenilir kaynak seçimi

- **Akademik** olarak oluşturulmuş; araştırmacılar, bilim insanları ve bilginler tarafından yayınlanmış içerikler güvenilir kaynaklar tarafında sınıflandırılır.
- **Tanınmış kişiler,** içeriği oluşturan kişi ne kadar tanınıyorsa o kadar iyidir. Bu durumda aynı şekilde güvenilir kaynak statüsüne girmektedir.
- **Doğrulanabilirlik,** yayınlanan içerik başka güvenilir siteler tarafından da onaylanıp içeriğe atıf veriliyorsa bu da kısmi olarak güvenilir kaynak sayılabilir.
- **Editoryal (Haber) siteleri,** yayınladıkları içeriklerde editoryal politikası bulunan siteler, kişisel web sitesine, blog yayınlarına ve internet sayfalarına göre daha doğru ve kesin sonuçlar taşıdıkları için güvenilir kaynak olarak listelenebilir.

SEO alanları



Meta Title ve Meta Açıklaması, Wordpress seo eklentilerinden bildiğiniz SEO Title ve Description kısmıdır.
Bu bölüme ekleyeceğiniz yazılar, arama sonuçlarında kullanıcıların karşına gelecek başlıklar. Bu yüzden normal başlıktan farklı olarak Anahtar kelime kullanımına ve kullanıcıyı içeriye çekecek bir başlık bulmaya özen gösterin. ,

Meta açıklamaları, arama sorgularında kullanıcıların içeriğinize tıklayıp tıklamama konusundaki kararına etki edebilir. Buradaki açıklama ne kadar akıcı ve konu ile alakalı bilgiler veriyorsa tıklama alma olasılığı o kadar yüksektir.

Meta açıklamaları kullanıcıların yapacakları arama sorgularına cevap verecek türde yazılması gerekiyor. Burada yazılacak her kelime potansiyel bir arama sorgusuna cevap verebilecek nitelikte olması gerekiyor.

Belirlenen birkaç anahtar kelime etrafında düzgün bir cümle oluşturmak temel hedeflenmek istenen.

Kontrol Listesi

- **Anahtar Kelimeler:** Meta açıklamasındaki en önemli öğe anahtar kelimelerin meta açıklamasında bulunmasıdır. Arama motorlarında kullanıcının yaptığı arama sorgularına göre bu kelimeler kalın harfler ile vurgulanır. Kullanıcının arama sorgusunu tam karşılayan anahtar kelime kullanımı bu yüzden önemlidir.
- **Yazım Dili:** Meta açıklamalarındaki anahtar kelimelerin fazlalığı ve okunabilir bir yazı oluşturmamak spam içerikli bir website algısı yaratabilir. Açıklamalarınız şu anki gibi anlamlı cümlelerden oluşmalı ve arama sorgularına yanıt verecek türde olmalı.
- **Reklam:** Açıklamalar, içeriğinizi kullanıcılara sunabileceğiniz kısa reklam yazılarıdır. Sayfa içeriği ile eşleşmeli ancak, mümkün olduğunca açıklamayı çekici hale getirmelisiniz.
- **Özgünlük:** Meta açıklamaları ve başlıklar her içerik için ayrı olmalıdır. Açıklamalarınızı toplu olarak düzenlemek ve her başlığa aynı açıklamayı girmek sitenizi manuel spam tarafından cezalandırılmasına neden olabilir.

Nedir içerikleri için rehber

R10 Nedir tarafında yazılan tüm maddeler *tarafsız bakış açısı* ile yazılmalı, tüm görüşler adil, orantılı ve yansız olarak doğrulanabilir şekilde sunulmalıdır.

Forum içerisinde haberlerde de kullandığımız **doğrulanabilirlik** politikası, Nedir bölümünde de aynı şekilde geçerlidir. **Doğrulanabilirlik,** Nedir bölüme yazılan içeriği kullanıcının güvenilir bir kaynak tarafından kontrol edebilmesi anlamına gelmektedir.

Tarafsızlık, ansiklopedik bilgi ve doğrulanabilirlik Nedir bölümünün değişmeyen temel *içerik* politikasıdır.

İçerikten beklenen

- Özgün olmalı ve kopyala yapıştır bilgi olmamalı,
- Ansiklopedik bir bilgi vermeli,
- **Birinci tekil, ikinci tekil ve çoğul şahıs** kullanımından tamamen kaçının.
- Oluşturduğunuz içerikte **kalın olarak yazmaya, tablolamaya** ve **listeleme** tarzında içerik kullanımında sağduyulu davranın.
- Uzun hiçbir şey anlatmayan paragraflardan kaçının. Aynı zamanda da tek cümlede her şeyi anlatmaktan da kaçının. Kullanıcıların anlayabileceği sade bir dilde yazmaya özen gösterin.

İçerik araştırması

- Yazacağınız başlığı detaylı şekilde araştırın ve yazacağınız alt başlıkları şekillendirin,
- Nedir bölümü **Wikipedia** ve **Fandom** içeriklerinin benzeridir,
- İçeriği genişletmek için Google tarafında **Kullanıcılar bunları da sordu** ve **ilgili aramalar** tarafına bakabilirsiniz,
- Yazmaya başlamadan önce kendinize uygun bir taslak dosyası yaratın ve yazacağınız bölümleri dosyanızda ayırın,
- Örnek linkler;
  https://tr.wikipedia.org/wiki/PHP
  https://tr.wikipedia.org/wiki/Arama_motoru_optimizasyonu
- https://harrypotter.fandom.com/wiki/Harry_Potter
  https://matrix.fandom.com/wiki/Neo

İçerik şablonu

Giriş paragrafları

Giriş kısmı yani ilk cümle, içeriğe ulaşan kullanıcıların okuyacağı ilk bölümdür. Haber içeriklerinden farklı olarak burada okuyucunun ilgisini çekecek cümlelere yer verilmemelidir. İçeriğin konusuna ilişkin temel yönleri özetler ve maddenin geri kalanında neler olduğu konusunda okuyucuyu kandırmadan ya da okuyucuya vaat sunmadan bir ilgi yaratır. Bu bölümün tarafsız bir bakış açısı gözetilerek, açık ve anlaşılır bir biçem ile yazılması gerekir.Nedir

bölümünde yazdığınız ilk cümle anlattığınız içeriğin özetini ve konusunu ilk kez tanımladığınız alandır. Giriş paragrafı içeriği özetleyecek nitelikte 3-4 paragraf uzunluğunda olabilir.

- Nedir bölümünde ilk cümle yazdığınız içeriğin başlığı olmalı ve bunun kalın olarak yazılmasıdır.
  Örnek olarak;
  Coşkun Çetin, Türk iş adamı, R10.net kurucusu.

- Nedir bölümünde yaratmak istediğimiz bir diğer alışkanlık ise ilk cümlenin içeriğin tanım cümlesi olmasıdır.

  Örnek olarak;
  PHP : **H**ypertext **P**reprocessor (Türkçe: Üstünyazı Önişlemcisi), internet için üretilmiş, sunucu taraflı, çok geniş kullanımlı, genel amaçlı, içerisine HTML gömülebilen betik ve programlama dilidir.

  Örnek 2;

  Webmaster Nedir içeriğini oluştururken kullanacağımız ilk cümle;

  " Bir şahış ya da şirketin web sitesi ve uygulamalarını yönetmekle sorumlu olan kişiye **webmaster** denilmektedir. " yerine " **Webmaster,** bir şahıs ya da şirketin web sitesi ve uygulamalarını yönetmekle sorumludur." **Cümle örnek için alıntıdır. Webmaster tanımı bu değildir.*

  R10.net, 2005 yılında Google servisleri hakkında bilgi verme amacıyla kurulan webmaster platformu.

Alt başlıklar

Uzun içeriklerin okunmasını kolaylaştırmak ve içerik hakkında özet bilgi sağlamak amacıyla başlıklar ve alt başlıklar kullanmaktayız. Alt başlık seçiminde konuyu genelden detaya doğru anlatacak şekilde oluşturun.

Örnek olarak programlama dili hakkında bir yazı yazıyorsanız;

- Tarihçe
- Sürüm geçmişi
- İlgili diller
- Geliştiriciler
- Örnekler
- Dokümantasyon
- Kaynakça

gibi başlıklar seçebilirsiniz. Buradaki temel amaç kullanıcıya tüm bilgileri aktardıktan sonra konu hakkında daha fazla detay vermek. En basit tabiriyle ders kitabındaki gibi kolaydan zora doğru bir başlık seçimi gereklidir.

Yazdığınız içerik 7'den 70'e herkes tarafından okunup anlaşılabilir olması gerekiyor. Bu yüzden en basit ve karmaşık olmayan bir anlatım dili ve başlık hiyerarşisi kurmak gerekiyor.

Alt başlıklar oluşturulurken dikkat etmeniz gerekenler;

- Kısa ve öz şekilde oluşturun,
- H2,H3, H4 ve H5 yapılarını kullanın,
- Başlıkları yazarken ilk harfi büyük diğerlerini küçük olarak yazın. Örnek olarak;
  Doğru: *Kurallar ve düzenlemeler*
  Yanlış: *Kurallar ve Düzenlemeler*

İpucu içerik rehberi

R10 blog tarafındaki **İpucu** bölümü, genel olarak **Nasıl yapılır?** sorularının cevabı niteliğinde olacak içerikler topluluğudur. Bu bölümde oluşturulan rehber yazıları kullanıcılara sade bir anlatım dili kullanırken aynı zamanda da akıcı bir yazı olması için listeme veya adım adım yazılması gerekmektedir.

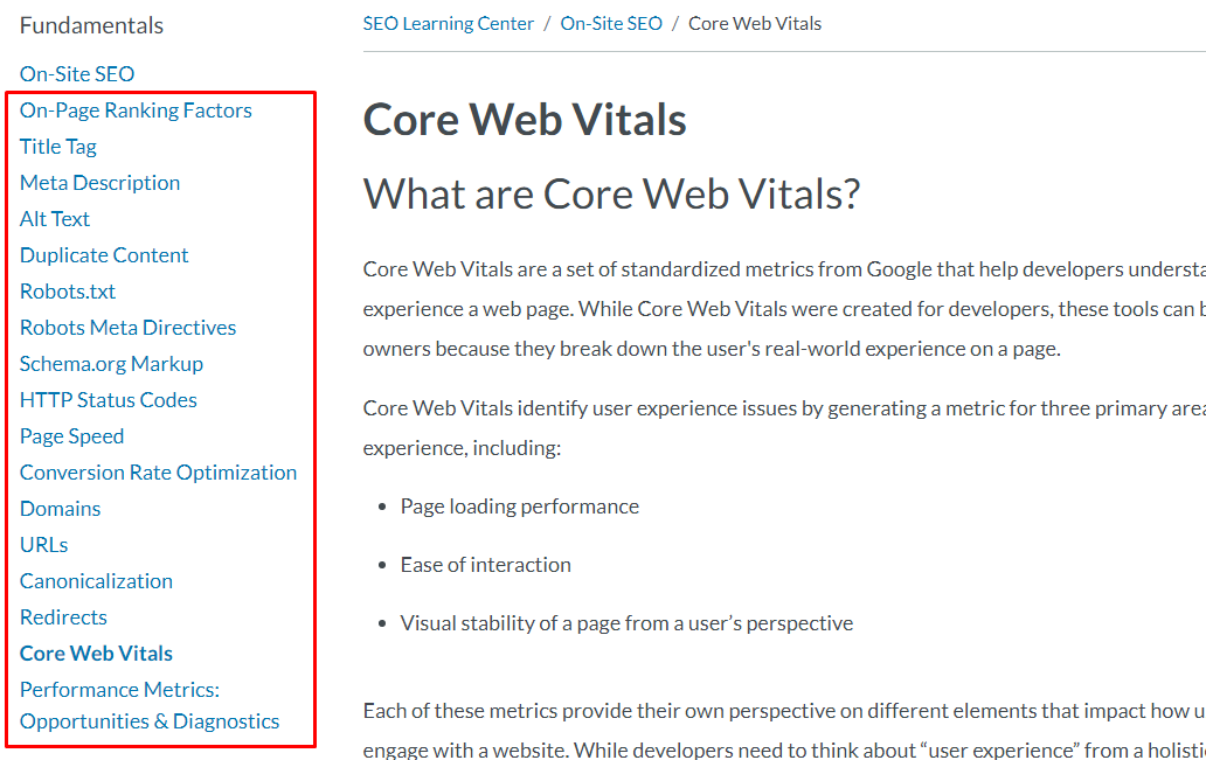
İpucu bölümünün kapsadığı alan burada anlatılandan daha geniş olduğu için her yazılacak yazıya dair örnek vermek imkansız. Fakat, temel mantıkta kullanıcının anlattığınız yazı hakkında her şeyi anlaması amaçlanmaktadır.

İpucu içerikleri hakkında genel görüşler

- Özgün ve kopyala yapıştır paragrafların yer almaması,
- Kendi bilgi birikiminiz üzerine yazmıyorsanız **birinci tekil, ikinci tekil ve birinci çoğul şahıs** kullanımından uzak durun,
- İçeriğin kelime sayısını arttırmak için gereksiz bölümlere girmeyin. Konu başlığınız ne hakkında ise tamamen onu anlatmaya odaklanın.
- Birbirini takip eden konularda aynı yerde bahsetmek yerine yeni bir içerik yaratarak kullanıcıları o konuya yönlendirmeyi deneyin.
- Rewrite içeriklerinde kaynak olarak kullanacağınız yazıyı tamamen okuyun ve tekrar karşınızdaki birine anlatıyor gibi yaparak yazmaya çalışın. Kaynak olarak kullandığınız site cümle kalıplarını kullanmak yerine yeniden aklınızda kalanları derleyerek bir yazı oluşturun.
- Uzun paragraf kullanımından kesinlikle kaçının. Yazı içeriğinizi sıklıkla bölün ve listeleme kullanmaya özen gösterin. İçeriği okunabilir kılmak önemlidir.
- Kapsamlı bir içerik hazırlamak istiyorsanız alt konuları hakkında site içerisinde bilgi olduğundan emin olun. Örnek olarak, İç SEO Optimizasyonu hakkında bir yazı hazırlıyorsanız bu sizin **Sütun İçeriğiniz (Pillar Content)*** olacaktır.

  ***Pillar Content,** konu kümelerinin yer aldığı kapsamlı ve konu genelinin yer aldığı ana zemini oluşturan konulardır. Bir konunun tüm yönlerini tek bir sayfada kapsayan fakat konuya ilişkin detayları kapsamayan, detayların iç linklerle diğer konulara yönlendirildiği içeriklerdir.

- İç SEO optimizasyon sırasında yapılan tüm etmenleri; Başlık optimizasyonu, permalink yapısı, anahtar kelime yoğunluğu, meta açıklamaları, görsel ve zengin medya kullanımı, paragraf dizaynı, Schema yapısı vb. etmenleri alt başlıklar altında ufak bir açıklamadan sonra ilgili konusuna yönlendirmeniz gerekmektedir. Burada anlattığım içeriğin örneğini aşağıdaki resim ve linkte görebillirsiniz. İç SEO hakkında yazılan bir yazının tüm maddeleri tek tek İç SEO'nun alt kategorisi olarak ele alınmış durumda. Bu durumda kullanıcılara bir şey anlatırken okuma kalitelerini yükseltmeye ve anlattığınız konuda daha serbest olabilmenizi sağlıyor.



https://moz.com/learn/seo/on-page-factors

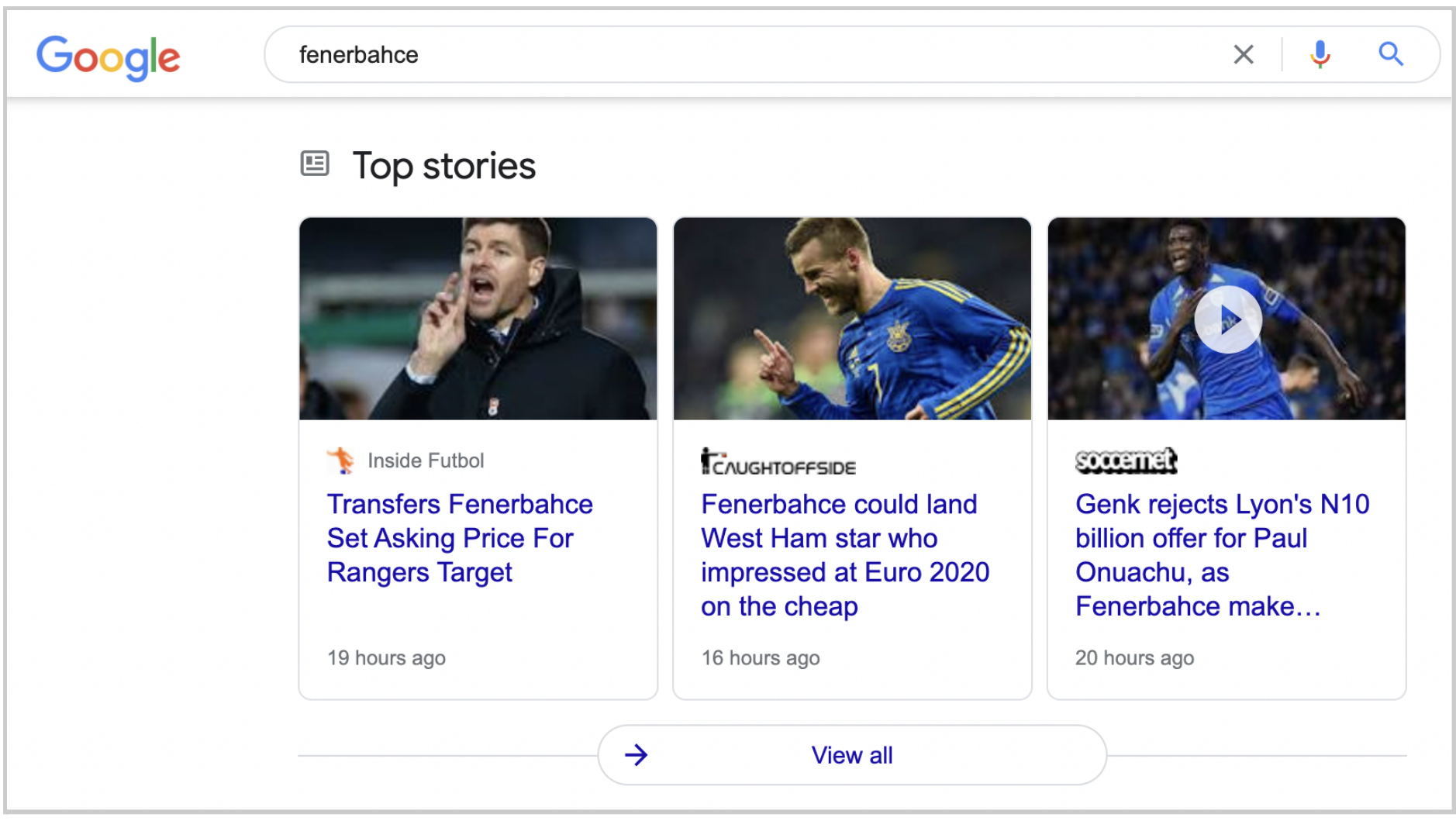
Örnek yazı kaynakları

Docs, yardım merkezi gibi olacak içerikler bekleniyor temel olarak İpucu tarafında. En iyi örneklerinden biri **Wikihow** ve **Google Devp.** kısmındaki yazılardır. Çünkü direkt olarak kullanıcılara yardımcı olmak için kurulmuştur.

https://developers.google.com/search/docs/beginner/seo-starter-guide?hl=tr
https://www.wikihow.com
https://rankmath.com/blog/image-seo/
https://www.hostinger.web.tr/rehberler/wordpress-kurulumu
https://ahrefs.com/blog/seo-metrics-to-track/
https://moz.com/blog
https://www.w3schools.com/html/
https://www.facebook.com/help/18815773123242

Haber içerikleri

Blog tarafında yayınlanacak haberlerin odak noktası olamasını istediğimiz bölüm arama sonuçlarında çıkan **Top Stories (En çok okunan haberler)** sekmesinde görülmektedir.



Google haberler ipuçları ve kurallar

- Haber metni çok uzun olmamalı. Okuyan insanı sıkmamak lazım. Az kelime ile çok şey anlatmak önemli. 3-4 paragrafı geçmemeli.
- Haber, tarafsız bir biçimde verilmeli.
- Haberi veren kendi kişisel, siyasal eğilimlerini habere yansıtmamalı.
- Kişisel yorum ve değerlendirmeler haber metnine katılmamalı.
- Sosyal medyadaki yazılanlara güvenerek haber yapılmamalı.
- Sponsorlu ya da reklam ile ilgili içerikleriniz ana içerikten ayırt edecek şekilde göstermelisiniz

Haber başlıklarında 110 karakteri geçmeyecek şekilde ayarlamaya özen gösterilmesi gerekiyor. Ayrıca SEO Title olarak direkt anahtar kelime yapısını kullanabilirsiniz.