

SAM ÇİTASI

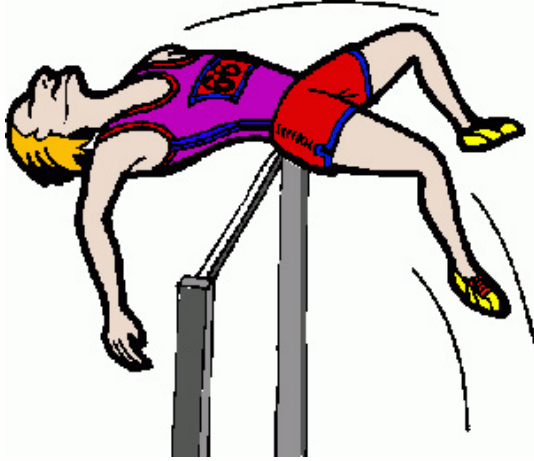
(SAnal Mimarlar Çıtası ya da
Site Arama Motoru Çıtası)

Arama motorlarında önde gelmek 2 konuya bağılıdır:

Site sayfalarınızın hedef kelime ile alakalılık durumu (site sayfaları optimize ederek ayarlanabilmektedir) **ve sayfanızın sayfa önem derecesi** (diğer sitelerden kendi sitenize aldığınız linkler ile belirlenmektedir).

Peki SAM Çıtası Nedir?

Google'da ilk sayfada gelmek için, hedefiniz olan anahtar kelimelerde Google tarafından 100 puan üzerinden puanlandığınızı düşünün.



Optimizasyon çalışmaları yapılırken, web siteleri üzerinde gerçekleştirilen pek çok işlem vardır. Sayfa başlıklar, içerikler, text linkler vb. gerçekleştirilen tüm bu çalışmaların her biri toplam bu 100 puan için daha az ve çok olarak çeşitli oranlarda katkı sağlamaktadır.

Diyelim ki, site üzerinde herşeyi yapsanız, 50 puan toplayabiliyorsunuz. Kalan 50 puan sayfa önem derecesinden geliyor.

Bu durumda siteniz yeni ise ya da sayfa önemi düşük ise, sitenizi her şeyiyle optimize etseniz de elinizde toplam 50-60 puan olacaktır.

Bu 50-60 puan sizi ikili - üçlü kelime kombinasyonlarında ve çok rekabetçi olmayan kelimelerde ilk sayfaya taşıyabilir.

Ancak yeni ya da sayfa önemi düşük bir web siteniz varsa, sitenizde her şey yapılsa da, sitenizin rekabetçi kelimelerde önde gelmesi pek mümkün olmayacaktır.

İşte sitenizin aşması gereken bu seviyeyi SAM Çıtası (SAnal Mimarlar Çıtası ya da Site Arama Motoru Çıtası) olarak adlandırıyoruz.

SAM Çıtasını Geçmek

İnternet ortamında sitenize aktif bağlantılar sağladıkça, sayfa öneminizi yükselttikçe bu SAM Çıtasını geçme ihtimaliniz artacaktır.

Zaman da SAM Çıtasını aşmakta etkili bir faktördür. Pek çok projede, ilk aşamada kelime kombinasyonlarını hedefledikten sonra, 9 -12 ay gibi orta vadeli süreçlerde (tabi, düzenli link geliştirme çalışmaları yapılırsa) ana kelimedede sonuç almak da mümkün olmuştur.

Örneğin, önce "prostat sorunları", sonra "prostat" , önce "tuğla çeşitleri", sonra "tuğla", önce "güllaç tarifleri", sonra "güllaç", önce "shrink film", sonra "shrink", önce "spor spikerliği", sonra "spikerlik", önce "römork modelleri", sonra "römork", önce "gıda sektörü şirketleri", sonra "gıda sektörü", önce "poliüretan ürünler", sonra "poliüretan" kelimelerinde sonuç alınmıştır ve görüldüğü gibi bunlar ve daha saymadığımız pek çok örnekte hep benzer gelişme yaşanmıştır.

Demek ki , siteniz yeni ise ya da sayfa önemi düşük ise, optimizasyon projelerinde hedeflemeyi ikili - üçlü kelime tamlamalarında ya da rekabetçi olmayan kelimelerde yaparak kısa vadede sonuç almak mümkündür.

Düzenli bir çalışma sonucunda, tek, genel ve rekabetçi kelimelerde önde gelmek sitenin sayfa önemliliği faktörüne ve zamana bağlı olacaktır.

Bu nedenle biz de optimizasyon projelerinde hedeflemeyi sitenin yapısına uygun kelimeler ile yapıyoruz. Pek çok örnekte görüldüğü gibi, zaman ile bu sonuçlar daha da iyiye gidiyor.

SM Bilişim Hizmetleri
Telefon: 0.212.2242370
Faks: 0.212.2336537
bilgi@sanalmimarlar.com
www.sanalmimarlar.com

