




Arama Motoru Optimizasyonu (SEO) Analiz Skoru ile Sıralama İlişkisi: Google Lighthouse (The Relationship Between Search Engine Optimization (SEO) and Ranking: Google Lighthouse)

Doğuş YÜKSEL  ^a Kubilay SÜMBÜLTEPE  ^b Metehan TOLON  ^c

^a Ostim Teknik Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, Ankara, Türkiye. dogus.yuksel@ostimteknik.edu.tr

^b Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara, Türkiye. kubilay.sumbultepe@hbv.edu.tr

^c Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ankara, Türkiye. metehan.tolon@hbv.edu.tr

MAKALE BİLGİSİ	ÖZET
<p>Anahtar Kelimeler: Arama motoru optimizasyonu (SEO) Dijital pazarlama SEO analizi</p> <p>Gönderilme Tarihi 2 Nisan 2020 Revizyon Tarihi 15 Haziran 2020 Kabul Tarihi 20 Haziran 2020</p> <p>Makale Kategorisi: Araştırma Makalesi</p>	<p>Amaç – Arama motoru optimizasyonu (SEO), işletmelerin benimsediği dijital pazarlama stratejilerinden biridir. İşletmeler, organik arama sonuçlarında daha iyi performans elde edebilmek için SEO çalışmalarını gerçekleştirmektedir. 2019 itibariyle Türkiye’de pazarın %87,14’ünü elinde bulunduran arama motoru Google, web sayfalarının kalitesini artırmak için Lighthouse aracını geliştirmiştir. İşletmeler tarafından yoğunlukla kullanılan Lighthouse, site içi SEO’yu ölçen bir analiz gerçekleştirmektedir ve analiz sonucunda bir SEO skoru ortaya koymaktadır. Çalışmada, Lighthouse analiz aracının ortaya koyduğu SEO skorunun, sıralama ile ilişkisinin tespit edilmesi amaçlanmıştır.</p> <p>Yöntem – Araştırmada kullanılmak üzere anahtar kelimelere ihtiyaç duyulmuştur. Google Trends aracılığı ile elde edilen veri kullanılarak alışveriş kategorisinde Türkiye’de son 12 ayda en çok aranan ürün isimleri tespit edilmiştir. Tespit edilen anahtar kelimelerin kullanıldığı her bir sorgu sonucunda, organik olarak sıralanan yirmi web sayfasının SEO analizi Lighthouse ile gerçekleştirilmiştir. Ortaya çıkan analiz sonuçları ile sıralama arasındaki ilişki Pearson korelasyon analizi ile ölçülmüştür.</p> <p>Bulgular – Araştırmada Lighthouse SEO skoru ile sıralama arasındaki negatif yönlü zayıf bir ilişkinin olduğu ortaya koyulmuştur. 160 adet web sayfası analiz edilmiş ve analiz edilen web sayfalarının %97,5’inin URL’sinde anahtar kelimenin bulunduğu tespit edilmiştir.</p> <p>Tartışma – Elde edilen bulgular, işletmelerin, SEO çalışmalarına yön verecek sonuçlar ortaya çıkarmıştır. İşletmelerin Lighthouse analiz aracından 100 puan ve 100 puana yakın sonuçlar alması durumunda dahi bununla yetinmeyip, SEO çalışmalarına devam etmeleri önerilmiştir. Ayrıca site içi SEO faktörlerinin sıralama ile zayıf bir ilişkisi olması sonucunda site dışı SEO’nun işletmeler açısından daha önemli olduğu varsayımında bulunulmuştur.</p>
ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>Keywords: Search engine optimization (SEO) Digital marketing SEO analysis</p> <p>Received 2 April 2020 Revised 15 June 2020 Accepted 20 June 2020</p> <p>Article Classification: Research Article</p>	<p>Purpose – Search engine optimization (SEO) is one of the digital marketing strategies adopted by companies. Businesses carry out SEO studies to achieve better performance in organic search results. As of 2019, the search engine Google possessing 87.14 % of the market in Turkey has developed the Lighthouse tool to improve the quality of web pages. Lighthouse, extensively utilized by businesses, performs an analysis that measures on-page SEO and provides a SEO score at the end of the analysis. In the present study, it is aimed to determine the relationship between the SEO score provided by the Lighthouse analysis tool and Google rankings.</p> <p>Design/methodology/approach – Keywords have been needed to be used in the research. Using data from Google Trends, the top-searched product names under the shopping category in the last 12 months in Turkey have been identified. As a result of each search containing the predetermined keywords, the SEO analysis of twenty web pages which were organically ranked has been carried out with Lighthouse. The relationship between the emerging results of the analysis and Google rankings has been measured by Pearson correlation analysis.</p> <p>Findings – The research reveals that there is a weak negative correlation between Lighthouse SEO score and Google rankings. 160 web pages have been analyzed and in the URL’s of 97.5 % of the analyzed web pages have been found to include the keywords.</p> <p>Discussion – The findings have revealed results that will direct the SEO studies of the companies. It is recommended that even if businesses score 100 or closer to 100 at Lighthouse analysis, they should not settle for this and they should continue their SEO studies. Besides, as a result of the weak correlation between on-page SEO factors and Google ranking, it is assumed that off-page SEO is more valuable for businesses.</p>

Önerilen Atf/ Suggested Citation

Yüksel, D., Sümbültepe, K., Tolon, M. (2020). Arama Motoru Optimizasyonu (SEO) Analiz Skoru ile Sıralama İlişkisi: Google Lighthouse, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12 (2), 2113-2125.

