

SEO Sözlüğü

DiagnoSEO - net, doğrulanmış SEO terimi tanımları.

0-9 A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

0-9

10 Blue Links - Gelişmiş SERP öğeleri ortaya çıkmadan önceki geleneksel, sade on organik sonuç listesi.

10x Content - Bir konuda şu anda sıralanan her şeyden önemli ölçüde daha iyi olacak şekilde oluşturulan içerik.

200 OK - İsteğin başarılı olduğunu belirten HTTP durum kodu.

2xx Status Codes - Başarılı bir isteği belirten HTTP durum kodları ailesi.

301 Redirect - Sıralama sinyallerinin çoğunu yeni URL'ye aktaran kalıcı yönlendirme.

302 Redirect - Yeni bir URL'ye taşınmanın kalıcı olmadığını belirten geçici yönlendirme.

304 Not Modified - Tarayıcıya, kaynağın önbelleğe alınmış kopyasının hâlâ güncel olduğunu söyleyen durum.

307 Redirect - Orijinal istek yöntemini koruyan geçici yönlendirme.

403 Forbidden - Sunucunun isteği anladığı ancak yetkilendirmeyi reddettiği anlamına gelen durum.

404 Error - İstenen bir sayfa sunucuda bulunamadığında döndürülen durum.

404 Not Found - İstenen kaynağın mevcut olmadığı anlamına gelen HTTP durum kodu.

410 Gone - Bir kaynağın kasıtlı ve kalıcı olarak kaldırıldığı anlamına gelen durum.

4xx Status Codes - İstemci tarafı hatalarını belirten HTTP durum kodları ailesi.

500 Internal Server Error - Sunucunun beklenmeyen bir hatayla karşılaştığı anlamına gelen genel durum.

502 Bad Gateway - Bir sunucunun başka bir sunucudan geçersiz yanıt aldığı anlamına gelen durum.

503 Service Unavailable - Sunucunun isteği geçici olarak işleyemediği anlamına gelen durum.

5xx Status Codes - Sunucu tarafı hatalarını belirten HTTP durum kodları ailesi.

A

A/B Testing - Hangisinin daha iyi performans gösterdiğini görmek için bir sayfa veya öğenin iki sürümünün karşılaştırılması. Şu adla da bilinir Split Testing.

Above the Fold - Bir web sayfasının kaydırma yapmadan görünen bölümü.

Absolute URL - Protokol ve alan adını içeren tam web adresi, örneğin <https://example.com/page>.

Accept-Language Header - Kullanıcının tercih ettiği dilleri bildiren ve yerelleştirilmiş içerik sunmaya yardımcı olan bir HTTP başlığı.

Access Log - Her isteği kaydeden ve tarayıcılar ile kullanıcıların gerçek davranışını analiz etmek için kullanılan bir sunucu dosyası.

Accessibility - Web sitelerini engelli kişilerin ve yardımcı teknolojilerin kullanabileceği şekilde tasarlama.

Ad Impressions - Bir reklamın kullanıcılara gösterilme sayısı.

Ad Keyword - Bir reklamveren için ücretli reklamının tetiklenmesi için teklif verdiği anahtar kelime.

Ad Rank - Reklamın konumunu teklif, kalite ve bağlama göre belirleyen bir Google Ads değeri.

ADA Website Compliance - Web siteleri için ABD'nin ADA yasasının erişilebilirlik gerekliliklerine uyum.

Adobe Analytics - Adobe'nin kurumsal web analitiği platformu.

Advanced Search Operators - Arama sorgularını daraltan ve filtreleyen site: veya intitle: gibi özel komutlar.

AEO (Answer Engine Optimization) - İçeriği, answer engine'lerde ve yapay zeka asistanlarında doğrudan bir yanıt olarak sunulacak şekilde optimize etme.

Affiliate - Takip edilen bağlantılar aracılığıyla yönlendirilen satışlar veya potansiyel müşteriler için komisyon kazanan bir ortak.

Ahrefs - Backlink analizi, anahtar kelime araştırması ve sıralama takibi için yaygın kullanılan ticari bir SEO araç paketi.

AI Citation Eligibility - İçeriğin, yapay zeka tabanlı bir yanıt sistemi tarafından kaynak olarak gösterilecek kadar yapılandırılmış ve güvenilir olup olmadığı.

AI Overview - Search Generative Experience'tan türeyen, bazı sonuçların üzerinde Google'ın yapay zeka tarafından oluşturulan özeti.

AI Snapshot - Üretken arama deneyimlerinde sonuçların üzerinde görünen, yapay zeka tarafından oluşturulan özet.

AIO (AI Optimization) - İçeriği ve varlıkları, yapay zeka sistemlerinin bir markayı anlaması, göstermesi ve alıntılması için optimize etme.

Algorithmic Penalty - Bir insan değerlendirici tarafından değil, bir arama algoritması tarafından otomatik olarak uygulanan sıralama düşüşü.

Algorithmic Suppression - Bir sayfayı veya siteyi manuel işlem olmadan sıralamada geride tutan algoritmik baskılama.

Alt Text - Bir görsel için, erişilebilirliği destekleyen ve arama motorlarının onu anlamasına yardımcı olan açıklayıcı metin. Şu adla da bilinir Alt Attribute.

Alternate Page With Proper Canonical - Tercih edilen kanonik sürümüne doğru şekilde işaret eden yinelenen bir sayfa için Search Console durumu.

Ambiguous Intent - Amacı belirsiz olan ve makul şekilde birkaç farklı niyete uyabilecek bir sorgu.

AMP (Accelerated Mobile Pages) - Mobil web sayfalarının sadeleştirilmiş, hızlı yüklenen sürümlerini oluşturmak için açık kaynaklı bir çerçeve.

Anchor Text - Bir köprünün görünür, tıklanabilir metni; arama motorlarına bağlantılı sayfa hakkında bağlam verir.

Anchor Text Ratio - Bir sitenin tüm backlink profilindeki bağlantı metni türlerinin dağılımı.

Answer Box - Bir sorguya doğrudan yanıt veren, genellikle bir öne çıkan snippet'tan alınan bir SERP öğesi.

Answer Sourcing - Bir yapay zekanın veya answer engine'in, oluşturulan bir yanıtın arkasındaki kaynakları nasıl seçip belirttiği.

API (Application Programming Interface) - Yazılım uygulamalarının veri ve işlev alışverişi yapmasını sağlayan tanımlı bir kurallar kümesi.

Article Spinning - Mevcut bir makaleyi eşanlamlılarla yeniden yazarak yüzeyde benzersiz kopyalar üretme - bir black-hat taktiği.

Article Syndication - Daha geniş bir kitleye ulaşmak için bir makaleyi başka web sitelerinde yeniden yayımlama.

ASO (App Store Optimization) - Bir mobil uygulamanın mağaza girişini daha yüksek sıralanması ve daha iyi dönüşmesi için optimize etme.

Assisted Conversions - Bir kanalın son tıklamada değil, yolculuğun daha erken aşamasında destekleyici bir rol oynadığı dönüşümler.

Async - HTML ayrıştırmasını engellemeden bir dosyayı yükleyen bir script özelliği.

Attribution Modeling - Bir dönüşümün payını, kullanıcının yolculuğundaki temas noktaları arasında dağıtan kurallar.

Author Authority - İçerik yazarının E-E-A-T ile ilgili algılanan uzmanlığı ve güvenilirliği.

Author Entity - Arama motorlarının konular ve eserlerle ilişkilendirdiği, tanınan bir varlık olarak sunulan bir yazar.

Authority - Bir sayfanın veya sitenin arama motorlarının gözünde kazandığı genel güven ve sıralama gücü. Şu adla da bilinir Website Authority.

Authority Dilution - Bağlantı değerinin çok fazla bağlantı veya sayfa arasında dağıtıldığında zayıflaması.

Authority Score - Bir alan adının genel kalitesini ve otoritesini değerlendiren, Semrush'a özgü bir metrik.

Authority Site - İyi sıralanan ve başkalarının sık sık atıfta bulunduğu, yüksek güvenilirliğe sahip, köklü bir web sitesi.

Auto-Generated Content - Yazılım tarafından otomatik üretilen, spam veya yararsız olduğunda yönergeleri ihlal eden içerik.

Average Position - Bir sayfanın veya anahtar kelimenin arama sonuçlarındaki ortalama sıralama konumu.

B

B2B - Business-to-business - ürün ve hizmetlerin diğer şirketlere pazarlanması veya satışı.

B2C - Business-to-consumer - ürün ve hizmetlerin doğrudan bireysel kişilere pazarlanması veya satışı.

Backlink - Başka bir web sitesinden sayfanıza gelen ve arama motorlarının bir güven oyu olarak değerlendirdiği bir bağlantı. Şu adla da bilinir Inbound Link, Incoming Link.

Backlink Profile - Bir siteye işaret eden bağlantıların genel bütünü, çeşitliliği ve kalitesi.

Baidu - Çin'in önde gelen web arama motoru.

Bait and Switch - Bir sayfayı bir içerikle sıralayıp ardından onu başka bir şeyle değiştirme - aldatıcı bir taktik.

Banner Blindness - Kullanıcıların afiş veya reklam gibi görünen sayfa öğelerini görmezden gelme eğilimi.

BERT - Bir sorgudaki kelimelerin bağlamını daha iyi yorumlayan, Google'ın 2019 dil modeli.

BigCommerce - Çevrimiçi mağazalar oluşturup yürütmek için barındırılan bir e-ticaret platformu.

Bing - Microsoft'un web arama motoru.

Bing Webmaster Tools - Bir sitenin Bing'de nasıl görüldüğünü izlemek ve iyileştirmek için Microsoft'un ücretsiz platformu.

Black Hat SEO - Sıralamaları manipüle etmek için arama motoru yönergelerini kasıtlı olarak ihlal eden taktikler.

Blocked by Noindex - Bir sayfanın noindex direktifi nedeniyle dizin dışında tutulduğu anlamına gelen Search Console durumu.

Blog Commenting - Bloglara, bazen bağlantı için, genellikle nofollow ve düşük değerli olan yorumlar bırakma.

Body Content - Bir sayfanın gezinme, başlık ve alt bilgiden ayrı olan ana içeriği.

Bounce Rate - Daha fazla etkileşim olmadan tek bir sayfanın ardından sona eren oturumların oranı.

Brand Authority - Bir markanın sıralamaları ve tıklama davranışını etkileyebilen güveni ve tanınırlığı.

Brand Mention - Bir markaya internette yapılan, bağlantılı veya bağlantısız herhangi bir atıf.

Brand Mention Link Building - Yayıncıyla iletişime geçerek bağlantısız marka atıflarını backlinklere dönüştürme.

Branded Anchor Text - Marka adını bağlantı metni olarak kullanan bağlantı metni.

Branded Content - Belirli bir markayı sunan veya onun etrafında oluşturulan içerik.

Branded Keyword - Bir marka veya ürün adını içeren bir arama sorgusu.

Branded SEO - Markanızın adını içeren arama sorguları için optimize etme.

Breadcrumb Navigation - Bir sayfanın site hiyerarşisindeki konumunu gösteren ikincil bir gezinme izi.

Broad Match Keyword - Yalnızca tam terim için değil, ilgili aramalar için de reklam tetikleyen bir Google Ads eşleme türü.

Broken Link Building - Diğer sitelerdeki ölü bağlantıları bulup yerine ilgili sayfanızı önerme.

Brotli - Sayfa teslimini hızlandırmak için metin dosyalarını küçülten modern bir sıkıştırma algoritması.

Browser - Web sayfalarını isteyen, oluşturan ve görüntüleyen yazılım, örneğin Chrome veya Safari.

Bundling - İstek sayısını azaltmak için birden çok JavaScript veya CSS dosyasını daha az dosyada birleştirme.

Byline Trust - Açıkça atfedilmiş ve güvenilir bir yazar imzasından kaynaklanan güven sinyalleri.

C

Cache - Sayfaların tekrar ziyaretlerde daha hızlı yüklenmesini sağlayan, geçici olarak depolanan dosya kopyaları.

Cache-Control - Tarayıcılara ve CDN'lere önbelleğe alınan kaynakların ne kadar süre saklanacağını söyleyen bir HTTP başlığı.

Caching - Kaynakların kopyalarını, daha hızlı sunulabilmeleri ve sunucu yükünü azaltmak için depolama.

Call to Action (CTA) - Kullanıcıları «Şimdi satın al» veya «Kaydol» gibi belirli bir eyleme teşvik eden bir çağrı.

Canonical URL - Yinelenen veya benzer sayfalar olduğunda arama motorlarının dizine eklemesi gereken tercih edilen sayfa sürümü. Şu adla da bilinir Canonical Tag, rel="canonical".

Canonicalization - Yinelenen veya neredeyse yinelenen sayfalar arasından tercih edilen tek bir URL'yi seçme ve işaretleme süreci.

Carousel - Birden çok sonuç, görsel veya kart gösteren, yatay kaydırılan bir SERP öğesi.

ccTLD (Country Code Top-Level Domain) - Genellikle bir coğrafi hedefleme sinyali işlevi gören, .pl veya .de gibi bir ülkeye bağlı iki harfli üst düzey alan adı.

CDN (Content Delivery Network) - İçeriği her kullanıcıya yakın bir konumdan sunan dağıtık bir sunucu ağı.

Channel - Trafiki organik, ücretli, yönlendirme veya doğrudan gibi kaynağına göre gruplandırma.

Churn and Burn SEO - Bir siteyi kaçınılmaz cezasından önce hızla sıralamayı amaçlayan agresif black-hat taktikleri.

Citation - Bir işletme veya kaynağa, özellikle adına, adresine ve telefonuna yapılan çevrimiçi bir atıf.

Citation Building - Dizinlerde ve platformlarda tutarlı işletme kayıtlarını etkin biçimde oluşturma.

Citation Flow - Bir URL'ye işaret eden bağlantıların sayısına göre etkisini tahmin eden bir Majestic metriği.

Citation Grounding - Yapay zeka tarafından oluşturulan bir yanıtı, halüsinasyonları azaltmak için doğrulanabilir kaynaklara dayandırma.

Click Potential - Bir anahtar kelimenin SERP'sinin organik tıklamalar getirme olasılığını değerlendiren bir Semrush metriği.

Click Share - Bir anahtar kelime kümesi için mevcut tüm tıklamalardan tek bir alan adının yakaladığı pay.

Clickbait - Tıklama çekmek için oluşturulan, genellikle içeriğin sunduğundan fazlasını vaat eden sansasyonel başlıklar.

Clickstream Data - Kullanıcıların gerçek tarama ve tıklama yollarına dair, arama metriklerini tahmin etmek için kullanılan anonimleştirilmiş veriler.

Client-Side Rendering (CSR) - Bir sayfanın içeriğini sunucuda değil, tarayıcıda JavaScript ile oluşturma.

Cloaking - Arama motorlarına kullanıcılardan farklı içerik gösterme - black-hat türü bir yönerge ihlali. Şu adla da bilinir Page Cloaking.

CMS (Content Management System) - Site içeriğini manuel kod yazmadan oluşturmak, yönetmek ve yayımlamak için yazılım, örneğin WordPress.

Cold Outreach - Önceden bir ilişki olmadan, örneğin bağlantı veya ortaklık önermek için potansiyel kişilerle iletişime geçme.

Cold Start - Yepyeni bir sitenin veya sayfanın, sinyal veya geçmiş biriktirmeden önce sıralamada karşılaştığı zorluk.

Commercial Investigation Query - Kullanıcının olası bir satın alma öncesinde ürünleri araştırıp karşılaştığı bir arama.

Common Keywords - İki veya daha fazla rakip alan adının birlikte sıralandığı anahtar kelimeler.

Competitive Density - Reklamverenlerin bir anahtar kelime için ne kadar yoğun rekabet ettiğini gösteren 0 ile 1 arası bir Semrush metriği.

Competitor Analysis - Kendi SEO kararlarınıza yön vermek için rakiplerin stratejilerini, anahtar kelimelerini ve bağlantılarını araştırma.

Competitor Backlink Analysis - Sizin de yararlanabileceğiniz bağlantı fırsatlarını bulmak için rakiplerin backlinklerini inceleme.

Competitors in Google Ads - Sizinle aynı ücretli anahtar kelimelere teklif veren alan adları.

Competitors in Organic Search - Sizinle aynı organik anahtar kelimeler için rekabet eden alan adları.

Computer-Generated Content - Bir insan tarafından yazılmak yerine yazılım veya yapay zeka tarafından oluşturulan içerik.

Content - Bir sayfadaki, kullanıcılara değer katan metin, görsel, video ve diğer materyaller.

Content Curation - Bir konuyla ilgili mevcut en iyi içeriği seçme, düzenleme ve paylaşma.

Content Decay - İçerik eskidikçe veya daha az rekabetçi hâle geldikçe trafiğin ve sıralamaların kademeli kaybı.

Content Federation - Aynı içeriği birden çok platform veya ortak sitede dağıtma.

Content Fingerprints - Arama motorlarının yinelenenleri ve neredeyse yinelenenleri tespit etmek için içerikten hesapladığı benzersiz imzalar.

Content Gap - Sitenizin henüz kapsamadığı ancak rakiplerin veya kullanıcıların istediği bir konu veya sorgu.

Content Gap Analysis - Eksik konuları ve anahtar kelime fırsatlarını bulmak için içeriğinizi rakiplerle karşılaştırma.

Content Hub - Bir konuyla ilgili içerikten oluşan bir kümeye bağlantı veren merkezi bir sayfa.

Content Marketing - Bir kitleyi çekmek, etkileşimde tutmak ve elde tutmak için değerli içerik oluşturma ve dağıtma.

Content Negotiation - Bir kaynağın, dil gibi istek başlıklarına göre farklı sürümlerini sunan sunucu tarafı bir mekanizma.

Content Pruning - Sitenin genel kalitesini yükseltmek için düşük değerli sayfaları kaldırma veya birleştirme. Şu adla da bilinir Pruning.

Content Relevance - Bir sayfanın içeriğinin, sorguya ve kullanıcının derin niyetine ne kadar iyi uyduğu.

Content Silo - İlgili içeriği sıkı bir şekilde birbirine bağlı tematik bölümlerde gruplandırma.

Content Spinning - Birçok neredeyse yinelenen sürüm oluşturmak için içeriği otomatik olarak yeniden ifade etme; arama motorlarının onaylamadığı bir uygulama.

Content Syndication - İçeriği üçüncü taraf sitelerde, ideal olarak orijinaline kanonik atıfla dağıtma.

Content Velocity - Belirli bir zaman diliminde yeni içeriğin yayımlanma hızı.

Content-Based Classifier - İçeriklerini analiz ederek sayfaları sınıflandıran bir makine öğrenimi sistemi.

Contextual Link - Bir sayfanın ana metnine yerleştirilen ve tematik olarak ilgili metinle çevrelenen bir bağlantı.

Conversion - Satın alma, kaydolma veya form gönderme gibi tamamlanmış istenen bir eylem.

Conversion (Goal) - Bir analitik aracında dönüşüm olarak izlenecek şekilde ayarlanan belirli bir eylem.

Conversion Rate - İstenen bir eylemi gerçekleştiren ziyaretçilerin yüzdesi.

Copied Content - Önemli bir özgün değer olmadan başka bir kaynaktan çoğaltılan içerik.

Core Web Vitals (CWV) - Yükleme, etkileşimi ve görsel kararlılığı ölçen Google kullanıcı deneyimi metrikleri kümesi (LCP, INP ve CLS).

Cornerstone Content - Temel konularda en çok sıralanmasını istediğiniz en önemli, en kapsamlı sayfalarınız.

Cost % - Bir anahtar kelime için reklam maliyetini veya ücretli trafiğin yüzde payını ifade eden bir metrik.

CPA (Cost Per Acquisition) - Reklam yoluyla bir dönüşüm veya müşteri edinmenin ortalama maliyeti.

CPC (Cost Per Click) - Bir reklamveren, kullanıcı reklamına her tıkladığında ödediği tutar.

CPM (Cost Per Thousand Impressions) - Bin reklam gösterimi başına maliyet; buradaki M, Latince mille (bin) anlamına gelir.

Crawl Anomaly - Genellikle beklenmeyen bir 4xx veya 5xx yanıtı olan, belirsiz bir tarama hatası için Search Console etiketi.

Crawl Budget - Bir arama motorunun belirli bir süre içinde bir sitede tarayacağı sayfa sayısı.

Crawl Delay - Tarayıcılardan istekler arasında beklemesini isteyen bir direktif; Bing gibi bazı motorlar buna uyar, Google yok sayar.

Crawl Demand - Bir arama motorunun bir siteyi ne kadar taramak istediği; sitenin popülerliğine ve tazeliğine bağlıdır.

Crawl Depth - Bir sayfanın ana sayfadan kaç tıklama uzakta olduğu; bu, ne kadar kolay tarandığını etkiler.

Crawl Efficiency - Bir sitenin tarama bütçesinin, israf edilmek yerine değerli, dizine eklenebilir URL'ler için ne kadar iyi harcandığı.

Crawl Error - Bir arama motorunun bir URL'ye başarıyla erişmesini engelleyen bir sorun.

Crawl Rate Limit - Bir arama motorunun bir sunucuyu aşırı yüklememek için kullandığı maksimum tarama hızı.

Crawl Trap - Sonsuz URL parametreleri gibi, tarayıcıları düşük değerli sayfalarda yakalayan ve tarama bütçesini israf eden bir site yapısı. Şu adla da bilinir Spider Trap.

Crawlability - Arama motoru botlarının bir sitenin sayfalarına ne kadar kolay erişip tarayabildiği.

Crawled but Not Indexed - Bir sayfanın tarandığı ancak kasıtlı olarak dizin dışında bırakıldığı bir Search Console durumu.

Crawler - Sayfaları keşfetmek, almak ve dizine eklemek üzere iletmek için web'de gezinen otomatik bir program. Şu adla da bilinir Bot, Spider, Web crawler.

Crawler Directives - robots.txt, meta robots veya HTTP başlıklarındaki, tarayıcılara nasıl tarayacaklarını veya dizine ekleyeceklerini söyleyen talimatlar.

Crawling - Arama motoru botlarının web sayfalarını keşfettiği ve aldığı süreç.

Critical Rendering Path - Tarayıcının HTML, CSS ve JavaScript'i oluşturulan piksellere dönüştürmek için izlediği adımlar dizisi.

CRM - Potansiyel müşterileri, müşterileri ve satış etkileşimlerini izlemek için kullanılan müşteri ilişkileri yönetimi yazılımı.

CRO (Conversion Rate Optimization) - Dönüşen ziyaretçilerin oranını artırmak için bir siteyi sistematik biçimde iyileştirme.

Cross-Linking - İlgili sayfaları, alaka düzeyini yaymak ve gezinmeyi kolaylaştırmak için karşılıklı bağlama.

CSS (Cascading Style Sheets) - Web sayfalarının görsel sunumunu ve düzenini kontrol eden dil.

CTR (Click-Through Rate) - Tıklamaya yol açan gösterimlerin yüzdesi.

CTR Manipulation - Sıralamaları etkilemeye çalışmak için tıklama oranını yapay olarak şişirme - manipülatif bir taktik.

Cumulative Layout Shift (CLS) - Sayfa öğelerinin yükleme sırasında ne kadar beklenmedik şekilde kaydığını ölçen bir Core Web Vital metriği.

Curated Content - Eklenen bağlam veya yorumla birlikte derlenip sunulan üçüncü taraf içeriği.

Customer Journey - Bir müşterinin ilk farkındalıktan satın almaya ve sonrasına kadar izlediği tüm yolculuk.

D

<!DOCTYPE html> - Bir HTML belgesinin başındaki, tarayıcıya standart modu kullanmasını söyleyen bildirim.

Data - Analiz için toplanan ham gerçekler ve sayılar.

Data Sampling - Tüm küme yerine verinin temsili bir alt kümesini analiz etme; bu, rapor doğruluğunu azaltabilir.

Dead-End Page - Dışa giden bağlantısı olmayan, kullanıcılara ve tarayıcılara devam edecek hiçbir yer bırakmayan bir sayfa.

Declined Keywords - Bir sitenin sıralama konumlarının bir dönem boyunca düştüğü anahtar kelimeler.

Deep Link - Bir sitenin ana sayfasına değil, belirli bir iç sayfaya yönlendiren bir bağlantı.

Deindexing - Sayfaların bir arama motorunun dizininden kaldırılması.

Demographics - Yaş, cinsiyet ve konum gibi bir kitlenin istatistiksel özellikleri.

Destination Site - Bir bağlantının veya kampanyanın kullanıcıları yönlendirdiği web sitesi.

Digital PR - Haber değeri taşıyan hikayeler aracılığıyla medyadan ve yayınlardan marka atıfları ve bağlantılar kazanma.

Direct Traffic - Örneğin URL'yi yazarak, yönlendirme kaynağı olmadan siteye gelen kullanıcılardan gelen ziyaretler.

Directory Links - Çevrimiçi işletme dizinlerinden veya web kataloglarından gelen backlinkler.

Disallow - Tarayıcılara belirtilen yollara erişmemelerini söyleyen bir robots.txt direktifi.

Disavow - Sitenizi değerlendirirken Google'a belirli backlinkleri yok saymasını söyleme.

Disavow File - Google'ın yok saymasını istediğiniz alan adlarını veya URL'leri listeleyen bir metin dosyası.

Disavow Tool - Google'ın yok sayması gereken backlinklerin bir listesini göndermek için Google Search Console aracı.

Discovered but Not Indexed - Google'ın bir URL bulduğu ancak henüz taramadığı ve dizine ekmediği Search Console durumu.

Display Ads - Reklam ağları aracılığıyla web sitelerinde gösterilen görsel afiş reklamlar.

Distance - Yerel SEO'da, işletmenin arama yapan kişiden ne kadar uzakta olduğu; temel bir yerel sıralama faktörü. Şu adla da bilinir Proximity.

DNS (Domain Name System) - İnsan tarafından okunabilen alan adlarını sunucuların kullandığı IP adreslerine çeviren sistem.

Dofollow Link - Sıralama sinyallerini ileten sıradan bir bağlantı; hiçbir rel özniteliği onu kısıtlamadığında varsayılan durumdur.

DOM (Document Object Model) - Bir sayfanın tarayıcının oluşturduğu, betiklerin okuyup değiştirebildiği yapılandırılmış, bellekteki temsili.

DOM Size - Bir sayfanın DOM'undaki düğüm sayısı; aşırı olduğunda işlemeyi yavaşlatabilir.

Domain - Bir web sitesinin insan tarafından okunabilen adresi, örneğin example.com.

Domain Age - Bir alan adının ne kadar süredir kayıtlı olduğu; bazen ikincil bir güven sinyali olarak anılır.

Domain Authority (DA) - Bir alan adının ne kadar iyi sıralanma olasılığını tahmin eden, Moz'un 0 ile 100 arası tescilli metriği.

Domain Name - Bir web sitesini tanımlayan kayıtlı ad, örneğin example.com.

Domain Name Registrar - Alan adlarını kaydetmek ve yönetmek için akredite edilmiş bir şirket.

Domain Rating (DR) - Bir alan adının backlink profilinin gücünü ölçen, Ahrefs'in 0 ile 100 arası metriği.

Domain Structure - Bir sitenin alan adının, alt alan adlarının ve dizinlerinin nasıl düzenlendiği.

Doorway Page - Yalnızca sorgular için sıralanmak ve kullanıcıları başka yere yönlendirmek için oluşturulan, yönergelere aykırı düşük değerli bir sayfa. Şu adla da bilinir Gateway Page, Bridge Page.

DuckDuckGo - Gizliliğe odaklanan bir web arama motoru.

Duplicate Content - Birden fazla URL'de görünen aynı veya çok benzer içerik.

Dwell Time - Bir kullanıcının bir arama sonucuna tıkladıktan sonra SERP'ye dönmeden önce bir sayfada ne kadar kaldığı.

Dynamic URL - İçeriği sorgu parametrelerine bağlı olan ve genellikle ? ve & gibi karakterler içeren bir URL.

E

E-E-A-T (Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness) - Google'ın değerlendirici yönergelerinden gelen ve önceki E-A-T'ye Experience (deneyim) ekleyen kalite çerçevesi.

Ecommerce - Mal veya hizmetlerin çevrimiçi alınıp satılması.

Ecommerce SEO - Çevrimiçi mağazaları ve onların kategori ve ürün sayfalarını organik arama için optimize etme.

Edge Caching - Önbelleğe alınan içeriği, daha hızlı teslimat için kullanıcılara yakın, ağın kenarındaki sunucularda saklama.

Edge SEO - Sitenin kod tabanını değiştirmeden, CDN veya ağ kenarı düzeyinde SEO değişiklikleri uygulama.

Edge SEO Testing - SEO deneylerini ağ kenarı veya CDN katmanı aracılığıyla yürütme.

Editorial Link - İstenmeden veya ödenmeden, değerine göre doğal olarak kazanılan bir backlink.

Ego Bait - Etkili kişileri, onların bağlantılarını veya paylaşımlarını kazanmak için pohpohlayan içerik.

Email Outreach - İçerik, bağlantı veya ortaklık önermek için kişilere kişiselleştirilmiş e-postalarla ulaşma.

Engagement - Kullanıcıların içeriğinizle etkileşim kurma derecesi.

Engagement Metrics - Sayfada geçen süre, kaydırma derinliği veya tıklamalar gibi kullanıcı etkileşimi ölçümleri.

Engagement Rate - GA4'te, etkileşimli oturum olan oturumların yüzdesi.

Enterprise SEO - Binlerce sayfası ve karmaşık organizasyonları olan siteler için büyük ölçekte yürütülen SEO.

Entities - Arama motorlarının tanıdığı ve ilişkilendirdiği, ayrı, net biçimde tanımlanmış şeyler - kişiler, yerler, markalar, kavramlar.

Entity Grounding - Bir içeriği veya yapay zeka yanıtını, anlamı belirsiz olmaması için bilinen bir varlığa dayandırma.

Entity-Based SEO - Yalnızca anahtar kelimeler değil, net biçimde tanımlanmış varlıklar ve aralarındaki ilişkiler etrafında optimize etme.

Entry Page - Bir ziyaretçinin bir oturum sırasında ilk geldiği sayfa.

Estimated Accuracy - Belirli bir trafik veya anahtar kelime tahmininin ne kadar güvenilir olduğuna dair bir Semrush göstergesi.

Estimated Traffic - Bir SEO aracının, bir sitenin veya sayfanın ne kadar organik trafik aldığına dair yaklaşık bir tahmini.

ETag - Bir kaynağın belirli bir sürümünü tanımlayan, böylece verimli biçimde önbelleğe alınabilmesini sağlayan bir HTTP başlığı.

Event Rich Results - Yapılandırılmış verilerden tarih ve yer gibi etkinlik ayrıntılarını gösteren zengin arama sonuçları.

Evergreen Content - Yayımlandıktan uzun süre sonra bile alakalı ve yararlı kalan içerik.

Exact Match Anchor Text - Bağlantı verdiği sayfanın hedef anahtar kelimesiyle tam olarak eşleşen bağlantı metni.

Exact Match Keyword - Tam biçiminde hedeflenen bir anahtar kelime; Google Ads'te yalnızca bu terim veya yakın varyantlar için reklam tetikleyen bir eşleme türü.

Expertise-Authority-Trust (E-A-T) - Google'ın içerik kalitesi çerçevesinin, Experience eklenmeden önceki erken bir sürümü.

External Link / Outbound Link - Sayfanızdan başka bir web sitesine yönlendiren bir bağlantı.

F

Faceted Navigation - Büyük veya ticari sitelerde, çok sayıda taranabilir URL kombinasyonu oluşturabilen filtre tabanlı gezinme.

FAQ Rich Result - FAQ yapılandırılmış verilerinden genişletilebilir soruları ve yanıtları gösteren bir zengin sonuç.

FAQ Schema - Soru-yanıt çiftlerini işaretleyen yapılandırılmış veri; artık Google yalnızca yetkili siteler için FAQ zengin sonuçları gösteriyor.

Favicon - Bir siteyi tarayıcı sekmelerinde ve bazı arama sonuçlarının yanında temsil eden küçük bir simge.

Featured Image - Bir gönderiye veya sayfaya atanan, küçük resimler ve paylaşım için kullanılan ana temsili görsel.

Featured Snippet - Bazı arama sonuçlarının üstünde gösterilen, sıralanan bir sayfadan alınan öne çıkan bir yanıt.

Fetch and Render - Tarama veya işleme sorunlarını ortaya çıkarmak için Googlebot'un bir sayfayı nasıl aldığını ve görsel olarak işlediğini kontrol etme.

Fetch and Render Tool - Googlebot'un bir URL'yi nasıl alıp işlediğini gösteren, eskimiş bir Search Console aracı.

File Compression - Bant genişliğinden tasarruf etmek ve sayfa yüklemesini hızlandırmak için dosya boyutunu azaltma.

First Contentful Paint (FCP) - İlk metnin veya görselin ekrana çizildiği zamanı işaretleyen bir performans metriği.

First Link Priority - Google'ın bir sayfada belirli bir URL'ye verilen yalnızca ilk bağlantıyı sayabileceği, sonraki yinelenenleri yok sayabileceği fikri.

Focus Keyword - Bir sayfanın sıralanmak için optimize edildiği tek ana anahtar kelime.

Follow-Up - İlk e-posta yanıtı aldıktan sonra gönderilen bir takip iletisi.

Footer Link - Bir sitenin alt bilgisine yerleştirilen, genellikle tüm sayfalarda görünen bir bağlantı.

Freshness - İçeriğin ne kadar yakın zamanda yayımlandığı veya güncellendiği - zamana duyarlı sorgular için bir sıralama faktörü.

FTP (File Transfer Protocol) - Bir istemci ile sunucu arasında dosya aktarmak için standart bir protokol.

G

GA4 (Google Analytics 4) - Universal Analytics'in yerini 2023'te alan, olay tabanlı, Google Analytics'in güncel sürümü.

Gated Content - Bir ziyaretçinin yalnızca iletişim bilgilerini verdikten sonra eriştiği içerik.

Gateway Timeout (504) - Bir ağ geçidi sunucusu, yukarı akış bir sunucudan zamanında yanıt almadığında döndürülen HTTP 504 durumu.

GBP Optimization - Bir Google Business profilini, yerel sonuçlarda daha iyi sıralanması ve daha çok dönüşmesi için iyileştirme.

GDPR - Kişisel verilerin işlenmesini düzenleyen Avrupa Birliği Genel Veri Koruma Yönetmeliği.

GEO (Generative Engine Optimization) - İçeriği, yapay zeka tabanlı üretken arama motorları tarafından gösterilip alıntılanacak şekilde optimize etme.

GEO (Geolocation Optimization) - Bir siteyi, yerel aramada konum tabanlı sinyaller ve hedefleme için optimize etme.

Geo-Targeting - Kullanıcılara coğrafi konumlarına göre içerik veya reklam gösterme.

Geographic Modifiers - Yerel niyeti hedeflemek için bir anahtar kelimeye eklenen, «tesisatçı Berlin» gibi konum kelimeleri.

Google - Dünyanın en çok kullanılan web arama motoru ve onu işleten şirket.

Google Ads - Google'ın tıklama başına ödeme reklam platformu, eskiden AdWords olarak biliniyordu.

Google Ads Keyword - Ücretli reklamları tetiklemek için bir Google Ads kampanyasında hedeflenen bir anahtar kelime.

Google AdSense - Yayıncıların sitelerinde reklam göstererek para kazanmasını sağlayan bir Google programı.

Google Alerts - Yeni içerik seçilen bir sorguyla eşleştğinde e-posta bildirimleri gönderen ücretsiz bir Google hizmeti.

Google Algorithm - Google'ın sonuçları bir arama sorgusu için sıralamak amacıyla kullandığı sıralama sistemleri kümesi. Şu adla da bilinir Search Algorithm, Algorithm.

Google Algorithm Update - Sitelerin nasıl sıralandığını değiştirebilecek, Google'ın sıralama sistemlerinde bir değişiklik. Şu adla da bilinir Algorithm Update, Algorithm Updates.

Google Analytics (GA) - Web sitesi trafiğini ve kullanıcı davranışını ölçmek için Google'ın ücretsiz platformu.

Google Analytics Goals - Universal Analytics'te ayarlanan dönüşümler; GA4 bunları dönüşümler ve önemli olaylarla değiştirdi.

Google Autocomplete - Kullanıcı bir sorgu yazarken Google'ın önerdiği arama tahminleri.

Google Bowling - Düşük kaliteli bağlantıları sitesine yönlendirerek bir rakibe ceza aldırma çabası black-hat türü bir girişim.

Google Business Profile (GBP) - Bir işletmenin Arama'da ve Haritalar'da nasıl görüldüğünü yöneten ücretsiz bir Google kaydı. Şu adla da bilinir Google My Business.

Google Caffeine - Google'ın içeriği daha hızlı ve daha taze dizine almasını sağlayan 2010 dizine alma altyapısı güncellemesi.

Google Dance - Google bir sitenin yerini belirlerken yeni bir sitenin veya sayfanın geçtiği sıralama dalgalanması için argo bir terim.

Google Fred - İnce, reklamlarla aşırı yüklü, düşük değerli içeriği düşürmesiyle yaygın olarak ilişkilendirilen 2017 Google güncellemesi.

Google Keyword Planner - Anahtar kelime fikirleri ve arama hacmi tahminleri sağlayan bir Google Ads aracı.

Google Looker Studio - Verilerinizden etkileşimli raporlar ve panolar oluşturmak için ücretsiz bir Google aracı, eskiden Data Studio.

Google Maps - Yerel keşif ve yerel SEO için merkezi olan Google'ın harita hizmeti.

Google Mobile-Friendly Test - Bir sayfanın mobil cihazlarda ne kadar kolay kullanıldığını kontrol etmek için bir Google aracı.

Google PageSpeed Insights - Sayfa performansını ve Core Web Vitals'ı iyileştirme önerileriyle raporlayan ücretsiz bir Google aracı.

Google Penalty - Google'ın yönergelerini ihlal etmeye, özellikle manuel işlemler aracılığıyla, uyguladığı bir düşürme veya kaldırma.

Google Pigeon - Yerel arama sonuçlarının alaka düzeyini ve doğruluğunu iyileştiren 2014 Google güncellemesi.

Google Pirate - Çok sayıda geçerli telif hakkı kaldırma şikayeti (DMCA) olan siteleri düşüren 2012 Google güncellemesi.

Google Possum - Yerel sonuçları, arama yapan kişinin konumuna ve filtrelemeye göre çeşitlendiren 2016 Google güncellemesi.

Google Quality Guidelines - Google'ın kabul edilebilir uygulamaları tanımlayan kuralları, artık spam politikaları ve Search Essentials aracılığıyla ifade ediliyor.

Google Search Console (GSC) - Bir sitenin dizine alınmasını, arama performansını ve teknik sorunları izlemek için Google'ın ücretsiz platformu. Şu adla da bilinir Google Webmaster Tools.

Google Search Operators - Google aramasını daraltan ve filtreleyen site: veya intitle: gibi özel komutlar.

Google Search Text Ads - Google arama sonuçları arasında görünen metin tabanlı ücretli reklamlar.

Google Tag Manager - Pazarlama ve analitik etiketlerini kod düzenlemeden dağıtmak ve yönetmek için ücretsiz bir Google aracı.

Google Top Heavy Update - Sayfa katlamasının üstünde çok fazla reklam olan sayfaları düşüren 2012 Google güncellemesi.

Google Trends - Arama sorgularının zaman içindeki göreceli popülerliğini gösteren ücretsiz bir Google aracı.

Google Webmaster Guidelines - Google'ın web siteleri için yönergelerinin eski adı, artık Google Search Essentials.

Googlebot - Sayfaları arama dizini için keşfeden ve alan Google'ın web tarayıcısı.

Gray Hat SEO - White-hat ile black-hat yöntemleri arasında kalan, tamamen yönergelere uygun SEO'dan daha fazla risk taşıyan taktikler.

Guest Blogging - Genellikle otorite oluşturmak ve bağlantı kazanmak için başka bir web sitesinde bir gönderi yazma ve yayımlama.

Guest Posting - Genellikle backlink elde etmek için bir taktik olarak, başkasının sitesinde içerik yayımlama.

Guestographic - Sizin oluşturduğunuz ve başka bir sitenin, genellikle size geri bağlantıyla yayımladığı bir infografik.

Gzip - Dosyaları daha hızlı teslim etmek için küçülten, yaygın kullanılan bir sıkıştırma yöntemi.

H

H1 Tag - Genellikle bir sayfanın ana başlığı için kullanılan üst düzey bir HTML başlığı.

H2 / H3 Tags - İçerik bölümlerini H1 altında düzenleyen alt başlık etiketleri.

Hallucination Suppression - Bir yapay zeka modelinin yanlış veya desteklenmeyen ifadeler üretme eğilimini azaltan yöntemler.

Head Term - Kısa, geniş, yüksek hacimli bir anahtar kelime; uzun kuyruklu bir anahtar kelimenin tam tersi.

Header Tags - İçeriği öneme göre yapılandıran H1'den H6'ya HTML başlık etiketleri. Şu adla da bilinir Heading Tags.

Helpful Content Update - Google'ın 2022'de başlattığı ve daha sonra temel sıralamaya kattığı, yararlı, insan odaklı içeriği ödüllendiren bir çaba.

Hidden Text - Kullanıcılardan gizlenen ama tarayıcılara görünen metin - black-hat türü manipülatif bir taktik.

Hilltop Algorithm - Konu uzmanı sayfalarından gelen bağlantılar aracılığıyla yetkili sayfalar bulan, 2000'lerin başından bir algoritma.

Historical Data - Eğilimleri ve zaman içindeki değişiklikleri tespit etmek için kullanılan geçmiş performans verileri.

Hit - Bir sayfa, görsel veya betik gibi bir dosya için sunucuya yapılan herhangi bir tekil istek. Şu adla da bilinir Website Hit.

Holistic SEO - İzole taktikler yerine, bir sitenin her yönünü - içerik, teknik ve UX - iyileştirme.

Home Page - Bir web sitesinin, genellikle kök URL'sinde bulunan ana giriş sayfası.

Homepage Link - Bir iç sayfaya değil, bir web sitesinin ana sayfasına yönlendiren bir backlink.

Host Status - Google'ın robots.txt, DNS veya sunucu sorunları gibi ana makinenizi tararken sorun yaşayıp yaşamadığını bildiren bir Search Console bölümü.

Hostload - Bir sunucunun aşırı yüklenme riskine girmeden ne kadar tarama kaldırabileceği.

HowTo Rich Result - HowTo yapılandırılmış verilerinden adım adım talimatlar gösteren, Google'ın o zamandan beri kullanımdan kaldırdığı bir zengin sonuç.

Hreflang - Google'a bir sayfanın dil ve bölge varyantlarını bildiren bir öznitelik.

Hreflang Attribute - Bir sayfanın dilini ve bölgesini bildiren belirli rel-alternate hreflang işaretlemesi.

HSTS (HTTP Strict Transport Security) - Tarayıcıları bir siteye yalnızca HTTPS üzerinden bağlanmaya zorlayan bir yanıt başlığı.

HTML (HyperText Markup Language) - Web sayfalarının içeriğini yapılandıran işaretleme dili.

HTML Sitemap - Bir sitenin sayfalarını listeleyen, kullanıcılara ve tarayıcılara gezinmede yardımcı olan, insan tarafından okunabilen bir sayfa.

HTTP (Hypertext Transfer Protocol) - Tarayıcıların ve sunucuların web verisi alışverişi için kullandığı protokol.

HTTP/2 - Birçok isteği tek bir bağlantı üzerinden çoğullayarak yüklemeyi hızlandıran, HTTP'nin büyük bir revizyonu.

HTTP/3 - Daha düşük gecikme ve daha güvenilir bağlantılar için QUIC üzerinde çalışan, HTTP'nin en yeni sürümü.

HTTPS - HTTP'nin şifreli, güvenli sürümü; aktarımdaki verileri TLS ile korur.

Hub - Bir konuyla ilgili içeriği düzenleyen ve ona bağlantı veren merkezi bir sayfa.

Hub and Spoke Model - İlgili, daha belirli ışın sayfalarına bağlantı veren merkezi bir hub sayfasına sahip bir içerik yapısı.

Hummingbird - Odağı bir sorgunun arkasındaki anlama ve niyete kaydıran, Google'ın 2013 algoritma elden geçirmesi. Şu adla da bilinir Google Hummingbird.

Hydration - İstemci tarafı JavaScript'in, sunucuda işlenmiş HTML'ye etkileşim eklediği süreç.



Image Carousel - Yatay olarak kaydırılabilen bir görsel satırı gösteren bir SERP ögesi.

Image Compression - Kaliteyi bozmadan sayfa yüklemesini hızlandırmak için görsellerin dosya boyutunu azaltma.

Image Filename - Bir görsel dosyasının açıklayıcı adı; görsel SEO'su için ikincil bir sinyal.

Image Pack - Arama sonuçları içinde gruplanmış bir görsel bloğu gösteren bir SERP ögesi.

Image SEO - Görselleri, dosya adı, alternatif metin ve boyut dahil, arama ve performans için optimize etme.

Image Sitemap - Arama motorlarının görselleri keşfetmesine yardımcı olmak için görselleri listeleyen bir site haritası veya site haritası uzantısı.

Image Title - Bir görselin, araç ipucu olarak gösterilen ve SEO açısından ikincil öneme sahip title özniteliği.

Impression - Listelemenizin veya reklamınızın arama sonuçlarında bir kez gösterilmesi.

Impression Share - Google Ads'te, uygun olduklarınız arasından aldığınız gösterimlerin yüzdesi.

Improved Keywords - Bir sitenin sıralama konumlarının bir dönem boyunca yükseldiği anahtar kelimeler.

Incremental Static Regeneration (ISR) - Site dağıtıldıktan sonra ayrı ayrı statik sayfaları talep üzerine yeniden oluşturan bir Next.js tekniği.

Index - Bir arama motorunun depoladığı ve sonuçlarda döndürebildiği sayfaların veritabanı.

Index Bloat - Çok fazla düşük değerli sayfanın dizine alınıp bir sitenin genel kalite sinyallerini seyreltmesi.

Index Coverage Report - Hangi sayfaların dizine alındığını ve diğerlerinin neden alınmadığını gösteren Search Console raporu. Şu adla da bilinir Page Indexing Report.

Indexability - Bir sayfanın bir arama motorunun dizinine eklenmesine izin verilip verilmediği ve eklenebilir olup olmadığı.

Indexation Rate - Bir sitenin sayfalarının, bir arama motoru tarafından gerçekten dizine alınanların oranı.

Indexing - Bir sayfayı analiz etme ve onu bir arama motorunun dizinine ekleme süreci.

IndexNow - Sitelerin, Bing ve Yandex gibi katılımcı motorlara değişen URL'leri anında bildirmesini sağlayan bir protokol.

Infographic - Genellikle bağlantı çekmek için oluşturulan, bilginin veya verinin görsel bir temsili.

Information Gain - Bir sayfanın, hâlihazırda sıralanan sayfaların kapsadığının ötesinde ne kadar yeni, benzersiz bilgi eklediği.

Informational Query - Kullanıcının satın almak yerine öğrenmek veya bilgi bulmak istediği bir arama.

Intent Cluster - Aynı temel arama niyetini paylaşan bir anahtar kelime veya sorgu grubu.

Interaction to Next Paint (INP) - Bir sayfanın kullanıcı etkileşimlerine ne kadar hızlı yanıt verdiğini ölçen bir Core Web Vital; 2024'te FID'in yerini aldı.

Internal Link - Bir sayfadan aynı web sitesindeki başka bir sayfaya verilen bir bağlantı.

Internal Linking - Gezinmeye yardımcı olmak ve otoriteyi dağıtmak için aynı sitedeki sayfalar arasında bağlantı verme.

International SEO - Bir siteyi birden çok ülke ve dildeki kullanıcıları hedefleyecek şekilde optimize etme.

IP Address - Bir ağdaki bir cihazı veya sunucuyu tanımlayan sayısal bir etiket.

J

JavaScript (JS) - Web sayfalarına etkileşim ve dinamik davranış ekleyen programlama dili.

JavaScript SEO - JavaScript ağırlıklı web sitelerini arama motorları tarafından taranabilir ve dizine alınabilir kılma uygulaması.

JSON-LD (JavaScript Object Notation for Linked Data) - Bir betik bloğu kullanarak bir sayfaya yapılandırılmış veri eklemek için Google'ın önerdiği biçim.

K

Kanban - Görevleri ve iş akışını sütunlar arasında hareket eden kartlar olarak yöneten görsel bir pano.

Keyword - İnsanların arama motorlarına yazdığı ve hedeflemek için optimize ettiğiniz bir kelime veya tamlama.

Keyword (Google Ads) - Bir reklamverenin, ücretli reklamların tetiklenebilmesi için teklif verdiği bir terim.

Keyword (Not Provided) - Google'ın analitikten gizlediği, not provided olarak etiketlenen anahtar kelime verisi.

Keyword (Organic) - Ücretsiz, organik arama sonuçlarında sıralanmayı hedeflediğiniz bir terim.

Keyword (Related) - Ana anahtar kelimenizle anlamsal olarak bağlantılı, aynı konuyu destekleyen bir terim.

Keyword Analysis - Anahtar kelimeleri alaka düzeyi, hacim, zorluk ve arama niyeti açısından değerlendirme.

Keyword Cannibalization - Bir sitedeki birden çok sayfanın aynı anahtar kelime için rekabet ederek sıralamalarını zayıflatması.

Keyword Categorization - Stratejiyi ve içeriği düzenlemek için anahtar kelimeleri temalara veya konulara gruplandırma.

Keyword Clustering - Tek bir sayfanın birlikte hedefleyebileceği yakından ilişkili anahtar kelimeleri gruplandırma.

Keyword Competition - Bir anahtar kelime için organik sıralanma veya reklamlarda teklif verme rekabetinin düzeyi.

Keyword Density - Bir anahtar kelimenin, bir sayfadaki toplam kelime sayısına oranla ne sıklıkta görüldüğü.

Keyword Difficulty - Belirli bir anahtar kelime için sıralanmanın ne kadar zor olacağını tahmin eden bir araç metriği.

Keyword Explorer - Anahtar kelime fikirleri keşfetmek ve metriklerini analiz etmek için bir SEO aracı özelliği.

Keyword Frequency - Bir anahtar kelimenin bir içerik parçasında görüldüğü ham sayı.

Keyword Funnel - Anahtar kelimeleri, yansıtıkları alıcı yolculuğu aşamasına göre düzenleme.

Keyword Overview - Bir anahtar kelimenin hacim, zorluk ve niyet gibi temel metriklerini özetleyen bir araç raporu.

Keyword Prominence - Bir anahtar kelimenin bir sayfada, örneğin başlıkta veya ilk paragrafta, ne kadar belirgin ve erken görüldüğü.

Keyword Proximity - Hedef anahtar kelimelerin metin içinde birbirine ne kadar yakın görüldüğü.

Keyword Ranking - Bir sayfanın belirli bir anahtar kelime için arama sonuçlarındaki konumu. Şu adla da bilinir Keyword Rank.

Keyword Research - İçeriği ve SEO'yu yönlendirmek için kitlenizin aradığı terimleri bulma ve analiz etme.

Keyword Stemming - run ve running gibi varyantların ilişkili sayılması için bir kelimeyi köküne indirgeme.

Keyword Stuffing - Sıralamasını manipüle etmeye çalışmak için bir sayfayı anahtar kelimelerle aşırı yükleme. Şu adla da bilinir Keyword Spam.

Knowledge Graph - Google'ın, sonuçları zenginleştirmek için kullanılan varlıklar ve aralarındaki ilişkiler veritabanı. Şu adla da bilinir Google Knowledge Graph.

Knowledge Panel - Knowledge Graph'tan alınan, bir varlık hakkında temel gerçekleri gösteren bir SERP kutusu. Şu adla da bilinir Google Knowledge Panel.

KPI (Key Performance Indicator) - Belirli bir hedefe yönelik ilerlemeyi izleyen, ölçülebilir bir değer.

L

Landing Page - Bir ziyaretçinin bir kampanyadan geldiği, tek bir eylemi tetiklemek için tasarlanmış bir sayfa.

Largest Contentful Paint (LCP) - Bir sayfanın en büyük görünür öğesinin işlendiği zamanı ölçen bir Core Web Vital.

Last Crawl - Bir arama motorunun belirli bir sayfayı taradığı en son tarih.

Last-Modified - İstemcilere bir kaynağın en son ne zaman değiştirildiğini söyleyen bir HTTP başlığı.

Latent Semantic Analysis (LSA) - Belgeler ile içerdikleri terimler arasındaki ilişkileri analiz eden bir doğal dil tekniği.

Lazy Loading - İlk yüklemeyi hızlandırmak için ekran dışındaki görsellerin veya kaynakların yüklenmesini gerekene kadar erteleme.

Lead - Örneğin bilgilerini göndererek ilgi göstermiş olan potansiyel bir müşteri.

Lead Magnet - Bir ziyaretçinin iletişim bilgileri karşılığında sunulan, e-kitap gibi ücretsiz bir teşvik.

Link Accessibility - Bağlantıların betiklerin arkasında gizlenmek yerine tarayıcılar tarafından keşfedilip izlenebilir olup olmadığı.

Link Attribution - Bir bağlantının niteliğini nofollow, sponsored veya ugc gibi rel öznitelikleriyle bildirme.

Link Authority - Bağlantı veren bir sayfanın aktarabildiği güç ve güven.

Link Bait - Özellikle çok sayıda backlink çekmek için oluşturulan içerik. Şu adla da bilinir Linkbait.

Link Building - Otoriteyi ve sıralamaları iyileştirmek için diğer web sitelerinden backlink edinme süreci.

Link Burst - Kısa bir süre içinde yeni edinilen backlinklerde ani bir artış.

Link Churn - Bir sitenin zaman içinde backlink kazanması ve kaybetmesinin doğal döngüsü.

Link Condom - Bir bağlantının sıralama değeri aktarmasını durduran nofollow gibi yöntemler için eski argo.

Link Distance - Güvenilir bir kaynak site ile belirli bir sayfa arasındaki bağlantı sıçramalarının sayısı.

Link Diversity - Bir sitenin backlinklerinin kaynaklarında, türlerinde ve bağlantı metinlerinde çeşitlilik.

Link Equity - Bir bağlantı aracılığıyla bir sayfadan diğerine aktarılan sıralama değeri.

Link Exchange - İki web sitesinin birbirine bağlantı vermeyi kabul ettiği karşılıklı bir düzenleme.

Link Farm - Yalnızca birbirine bağlantı vermek ve sıralamaları manipüle etmek için oluşturulan bir site grubu.

Link Gap - Rakiplerin sahip olduğu ancak sitenizin sahip olmadığı backlinkler.

Link Hoarding - Tüm bağlantı değerini içeride tutmaya çalışmak için diğer sitelere bağlantı vermekten kaçınma.

Link Insert (Niche Edit) - Başka bir sitede mevcut, hâlihazırda yayımlanmış bir makaleye bir backlink ekleme.

Link Intersect - Rakiplerinizin birçoğuna bağlantı veren ama size vermeyen siteleri bulan bir analiz.

Link Juice - Bir bağlantının hedefine aktardığı sıralama değeri için gayriresmi bir terim.

Link Neighborhood - Bağlantı verdiğiniz ve size bağlantı veren site kümesi; bu, ilişkilerinizi işaret eder.

Link Placement Quality - Bir bağlantının bir sayfadaki konumunun ve çevresindeki bağlamın ne kadar değerli olduğu.

Link Popularity - Bir web sitesine işaret eden backlinklerin sayısı ve kalitesi.

Link Profile - Bir siteye işaret eden tüm backlinklerin genel bileşimi.

Link Prospect - Potansiyel bir backlink kaynağı olarak belirlenen bir web sitesi veya sayfa.

Link Reclamation - Kaybedilen backlinkleri kurtarma veya bağlantısız marka atıflarını bağlantılara dönüştürme.

Link Relevancy - Bağlantı veren sayfanın, bağlantı verdiği sayfayla ne kadar tematik olarak ilişkili olduğu.

Link Rot - Sayfalar taşındıkça veya kaybolduğunda bağlantıların zamanla bozulma doğal eğilimi.

Link Scheme - Sıralamaları manipüle etmeyi amaçlayan, Google'ın yönergelerini ihlal eden herhangi bir bağlantı uygulaması.

Link Spam - Sıralamaları etkilemeye çalışmak için yerleştirilen alakasız veya manipülatif bağlantılar.

Link Suppression - Bir arama motorunun bir bağlantıyı, sıralama değeri aktarmaması için indirilmesi veya yok sayması.

Link Toxicity - Bir backlink profilinin ne kadar zararlı veya spam bağlantı içerdiği.

Link Velocity - Bir sitenin zaman içinde backlink kazanma veya kaybetme hızı.

Link Volume - Bir siteye veya sayfaya işaret eden backlinklerin toplam sayısı.

Linkable Asset - Özellikle backlink çekmek için oluşturulan yüksek değerli içerik.

Linked Unstructured Citations - Bir işletmeye içerik içinde yapılan, bağlantı içeren ancak yapılandırılmış dizin kaydı içermeyen atıflar.

Listicle Placement - Markanızı başka bir web sitesindeki liste biçiminde bir makalede öne çıkarma.

Listing Management - Birçok platformda doğru, tutarlı işletme kayıtlarını sürdürme.

LLM Visibility - Bir markanın büyük dil modeli yanıtlarında ne sıklıkta ve ne kadar belirgin görüldüğü.

LLMO (Large Language Model Optimization) - İçeriği ve varlıkları, büyük dil modellerinin bir markayı yanıtlarında göstermesi ve alıntılanması için optimize etme.

Local Ads - Yerel bir kitleyi hedefleyen, Google'ın Local Services Ads'i gibi ücretli reklamlar.

Local Business Schema - Bir yerel işletmeyi, adı, adresi ve çalışma saatleri gibi, arama motorları için tanımlayan yapılandırılmış veri.

Local Citation - Bir yerel işletmenin adına, adresine ve telefonuna yapılan herhangi bir çevrimiçi atıf. Şu adla da bilinir Local Citations, Citation (Local SEO).

Local Citations Consistency - Bir işletmenin adını, adresini ve telefonunu tüm kayıtlarda aynı tutma.

Local Filtering - Google'ın, sonuçları çeşitlendirmek için aynı konumu veya telefonu paylaşan benzer yerel işletmeleri filtrelemesi.

Local Finder - Bir kullanıcı Local Pack'ten geçtikten sonra gösterilen, yerel sonuçların genişletilmiş listesi.

Local Keyword Research - Bir işletmenin bölgesi için yerel niyet taşıyan arama terimlerini bulma.

Local Listings - Bir işletmenin dizinlerdeki, haritalardaki ve inceleme platformlarındaki profilleri.

Local Pack - Bir yerel sorgu için bir harita ve kısa bir yerel işletme listesi gösteren bir SERP ögesi.

Local Query - Genellikle yakındaki işletmeleri, ürünleri veya hizmetleri arayan, yerel niyetli bir arama.

Local Ranking Factors - Yerel sıralamaları belirleyen başlıca sinyaller: alaka düzeyi, mesafe ve belirginlik.

Local Search - Belirli bir konuma yakın işletme, ürün veya hizmet aramaları.

Local Search Grid - Bir işletmenin coğrafi bir nokta ızgarasında nasıl sıralandığını gösteren bir araç görünümü.

Local Search Marketing - Bir yerel işletmenin yerel aramadaki görünürlüğünü iyileştirme uygulaması.

Local Search Marketing Services - Bir işletmenin yerel arama sonuçlarındaki varlığını iyileştiren ajans hizmetleri.

Local SEO - Bir siteyi ve kayıtları, konum tabanlı aramalar ve harita sonuçları için sıralanacak şekilde optimize etme.

Local Teaser - Konum tabanlı bir sorgu için yakındaki işletmeleri önizleyen kompakt bir yerel SERP birimi.

Log File Analysis - Arama motoru botlarının ve kullanıcıların bir siteye gerçekte nasıl eriştiğini görmek için sunucu günlüklerini inceleme.

Long-Tail Keyword - Daha düşük hacimli ancak daha net niyetli, daha uzun, daha belirli bir arama sorgusu.

Lost Link - Daha önce var olan ancak artık mevcut olmayan bir backlink.

LSI Keywords (Latent Semantic Indexing Keywords) - Anlamsal olarak ilişkili terimler için yaygın bir yanlış adlandırma; gerçek latent semantic indexing, Google'ın sıralama yapma şekli değildir.

M

<meta name="viewport"> - Bir sayfanın mobil cihazlarda nasıl ölçeklendiğini ve yerleştiğini kontrol eden bir meta etiketi.

Main Thread Blocking - Uzun JavaScript görevlerinin tarayıcının ana iş parçacığını meşgul edip yanıt verme hızına zarar vermesi.

Manual Action - Google'ın yönergelerini ihlal nedeniyle bir insan değerlendirici tarafından uygulanan bir düşürme veya kaldırma. Şu adla da bilinir Manual Penalty.

Map Rank Tracker - Bir işletmenin yerel sıralamalarını farklı harita konumlarında izleyen bir araç.

Map Spam - Yerel harita sonuçlarını sahte veya anahtar kelimeyle doldurulmuş işletme kayıtlarıyla manipüle etme.

Market Consolidation - Bir pazarın arama trafiğinin çoğunu az sayıda alan adının yakalama derecesi.

Market-Level Indexing - Dizin veya görünürlük verilerini tüm bir pazar veya ülke düzeyinde düzenleme.

Match Score - Bir sonucun bir sorguyla veya anahtar kelime kümesiyle ne kadar yakından eşleştiğini tahmin eden bir araç metriği.

Merchant Listings - Yapılandırılmış verilerden fiyat ve stok durumu gibi ürün ayrıntılarını gösteren zengin sonuçlar.

Meta Description - Bir sayfanın, arama sonuçlarında genellikle başlığının altında görünen HTML özeti.

Meta Keywords - Google'ın sıralama için yok saydığı, anahtar kelimeleri listelemeye yarayan eskimiş bir meta etiketi.

Meta Refresh - Tarayıcıyı belirli bir gecikmeden sonra başka bir URL'ye yönlendiren kod. Şu adla da bilinir Meta Redirect.

Meta Robots Tag - Arama motorlarına bir sayfayı nasıl tarayacaklarını ve dizine ekleyeceklerini bildiren bir HTML etiketi.

Meta Tags - HTML başlığındaki, arama motorlarına bir sayfa hakkında bilgi veren parçacıklar.

Metric - Performansı izlemek ve değerlendirmek için kullanılan, ölçülebilir bir gösterge.

Microdata - Öğe öznitelikleri kullanarak yapılandırılmış veri eklemeye yarayan satır içi bir HTML yöntemi.

Minification - Dosya boyutunu küçültmek ve yüklemeyi hızlandırmak için koddan gereksiz karakterleri kaldırma.

Mobile Optimization - Bir web sitesini mobil cihazlarda iyi çalışacak ve görünecek şekilde uyarlama.

Mobile Usability - Ziyaretçilerin bir sayfayı mobil cihazlarda ne kadar kolay kullanıp etkileşim kurabildiği.

Mobile-First Indexing - Google'ın bir sitenin mobil sürümünü dizine alma ve sıralama için kullanma uygulaması.

Mobile-Friendly Website - Mobil cihazlarda iyi görünen ve iyi işleyen bir site.

Model Confidence - Bir yapay zeka modelinin belirli bir tahmin veya oluşturulan yanıt konusunda ne kadar emin olduğu.

Money Page - Bir ürün veya satış sayfası gibi, doğrudan gelir üreten bir sayfa.

Morningscore - Sıralama, bağlantı ve optimizasyon görevlerinin takibini oyunlaştıran bir SEO aracı.

MozBar - domain ve page authority gibi SEO metriklerini gösteren, Moz'un ücretsiz tarayıcı uzantısı.

Multi-Domain Strategy - Bir SEO yaklaşımının parçası olarak, örneğin bölgeye veya markaya göre birden çok alan adı kullanma.

MUM (Multitask Unified Model) - Dili birçok formatta ve birçok dilde anlayan ve üreten bir Google yapay zeka modeli.

N

NAP (Name, Address, Phone Number) - Yerel SEO atıflarında tutarlı biçimde kullanılan temel işletme iletişim bilgileri.

NAP Consistency - Bir işletmenin adını, adresini ve telefonunu her kayıta aynı tutma.

Natural Language Understanding (NLU) - Dilin arkasındaki anlamı, niyeti ve nüansı kavramaya odaklanan bir NLP dalı.

Natural Link - İstenmeden veya ödenmeden, değerine göre editöryel olarak verilen bir bağlantı.

Navigation - Kullanıcıların bir web sitesinde dolaşmasına yardımcı olan menüler ve bağlantılar sistemi. Şu adla da bilinir Website Navigation.

Navigational Query - Kullanıcının belirli bir web sitesine veya sayfaya ulaşmaya çalıştığı bir arama.

Negative Keywords - Alakasız aramalar için reklam gösterimini önlemek amacıyla ücretli kampanyalarda hariç tuttuğunuz terimler.

Negative SEO - Bir rakibin arama sıralamalarına zarar vermeyi amaçlayan kötü niyetli taktikler.

News Box - Genellikle Top Stories etiketli, güncel, alakalı haber makalelerini öne çıkaran bir SERP öğesi.

Niche - Daha geniş bir pazarın veya konunun belirli, odaklı bir bölümü.

NLP (Natural Language Processing) - Bilgisayarların insan dilini işlemesini, analiz etmesini ve anlamasını sağlayan alan.

Nofollow Link - Arama motorlarından, hedefine sıralama sinyalleri iletmemelerini isteyen bir bağlantı. Şu adla da bilinir rel="nofollow".

Noindex - Arama motorlarına bir sayfayı dizinlerine eklememelerini söyleyen bir direktif.

Noopener and Noreferrer - Yeni bir sekmede açılan bağlantılara güvenlik ve gizlilik için eklenen rel öznitelikleri. Şu adla da bilinir rel="noopener", rel="noreferrer".

Number of Results - Bir arama motorunun belirli bir sorguyla eşleşen olarak bildirdiği sayfa sayısı.

O

Off-Page SEO - Otorite ve güven oluşturmak için sitenizin dışındaki, başlıca bağlantı oluşturma olan etkinlikler.

On-Page SEO - Bir sayfanın kendi içeriğini ve HTML'sini, aramada daha yüksek sıralanması için optimize etme.

Online Directories - İşletmeleri listeleyen, genellikle bir yerel atıf kaynağı işlevi gören web siteleri.

Online Review Management - Platformlar genelinde müşteri incelemelerini izleme, yanıtlama ve teşvik etme. Şu adla da bilinir Review Management.

Online Reviews - Bir işletme hakkında çevrimiçi yayımlanan müşteri puanları ve geri bildirimleri. Şu adla da bilinir Reviews.

Online Visibility - Bir markanın arama motorlarında ve daha geniş web'de ne kadar kolay bulunabildiği.

Open Graph - Bir URL'nin sosyal platformlarda paylaşıldığında nasıl gösterileceğini kontrol eden meta etiketleri. Şu adla da bilinir Open Graph Meta Tags.

Opt-In - Bir kullanıcının iletişim almaya veya izlenmeye yönelik açık onayı.

Opt-Out - Bir kullanıcının, aksi takdirde alacağı iletişimi veya izlemeyi reddetme tercihi.

Organic Search Results - Reklamla değil, alaka düzeyine göre sıralanan ücretsiz sonuçlar.

Organic Traffic - Ücretsiz arama sonuçlarından bir siteye gelen ziyaretçiler.

Origin Server - Bir sitenin orijinal içeriğini tutan, varsa bir CDN'in arkasında yer alan sunucu.

ORM (Online Reputation Management) - Bir markanın arama sonuçlarında ve web'de nasıl algılandığını yönetme ve iyileştirme. Şu adla da bilinir Reputation Management.

Orphan Page - Sitenin geri kalanından kendisine işaret eden iç bağlantısı olmayan bir sayfa.

Out of Stock Handling - Bir e-ticaret sitesinin, şu anda mevcut olmayan ürünlerin sayfalarını nasıl ele aldığı.

Outreach - İlişkiler kurmak ve bağlantı veya haberde yer alma kazanmak için kişilere veya sitelere ulaşma.

Over-Optimization - SEO taktiklerini, ters tepip sıralamalara zarar verecek kadar agresif uygulama.

P

Page Authority (PA) - Tek bir sayfanın ne kadar güçlü sıralanabileceğini tahmin eden, Moz'un 0 ile 100 arası puanı.

Page Experience - Kullanıcıların bir sayfanın deneyimini nasıl algıladığını yansıtan, Core Web Vitals dahil Google sinyalleri kümesi.

Page Speed - Bir web sayfasının ziyaretçiler için ne kadar hızlı yüklenip kullanılabilir hâle geldiği.

Page Title - Bir sayfanın, arama sonuçlarında tıklanabilir başlık olarak gösterilen title ögesi.

Page View - Bir sayfanın yüklenip görüntülediği tek bir olay. Şu adla da bilinir Pageview.

PageRank (PR) - Bir sayfanın önemini, ona gelen bağlantıların sayısına ve kalitesine göre puanlayan, Google'ın temel algoritması.

Pages per Session - Bir ziyaretçinin tek bir oturum sırasında görüntülediği ortalama sayfa sayısı.

Pagination - İçeriği numaralı sayfalara bölme ve gezinme için aralarında bağlantı kurma.

Paid Link - Ödeme yoluyla edinilen bir backlink.

Paid Search Engine Result - Bir reklamveren konum için ödeme yaptığından arama sonuçlarında gösterilen reklamlı bir kayıt.

Paid Traffic - Ücretli reklamcılık aracılığıyla bir siteye gelen ziyaretçiler.

Panda - İnce, düşük kaliteli içeriği hedefleyen, artık temel algoritmanın bir parçası olan bir Google güncellemesi. Şu adla da bilinir Google Panda, Panda Update.

Partial Match Anchor Text - Hedef anahtar kelimenin bir kısmını diğer kelimelerle birlikte içeren bağlantı metni.

Partial Match Penalty - Tüm siteyi değil, yalnızca bazı sayfaları veya anahtar kelimeleri etkileyen bir manuel işlem veya düşürme.

Passage Indexing - Google'ın bir sayfa içindeki tek bir alakalı pasajı, yalnızca sayfanın bütünü değil, sıralayabilmesi.

Passage Retrieval - Bir sorguyu yanıtlamak için belgelerden en alakalı pasajı alma.

Passage Weighting - Bir sayfa sıralanırken ayrı ayrı pasajlara farklı önem atfetme.

PBN (Private Blog Network) - Yalnızca bir hedef siteye bağlantı yönlendirmek için oluşturulan bir site ağı - bir yönerge ihlali.

Penguin - Manipülatif bağlantıları ve spam'i hedefleyen, artık temel algoritmanın bir parçası olan bir Google güncellemesi. Şu adla da bilinir Google Penguin.

People Also Ask (PAA) - Kullanıcının sorgusuyla ilgili genişletilebilir sorular gösteren bir SERP ögesi.

People Also Ask Boxes - People Also Ask ögesi içindeki ayrı genişletilebilir soru-yanıt kutuları.

Persona - Hedef kitlenizin bir bölümünü temsil eden kurgusal bir profil.

Personalization - İçeriği veya arama sonuçlarını tek bir kullanıcının bağlamına ve geçmişine göre uyarlama.

Pillar Page - Bir konu kümesini sabitleyen ve ilgili alt sayfalara bağlantı veren geniş, kapsamlı bir sayfa.

Pitch - İçeriğinizi, bağlantınızı veya fikrinizi potansiyel bir ortağa önerdiğiniz ileti.

Pogo-Sticking - Bir kullanıcının bir sonuca tıklayıp ardından başka birini seçmek için hızla SERP'ye geri dönmesi.

Poison Words - Bir zamanlar spam filtrelerini tetiklediği veya bir sayfanın sıralamasını geri tuttuğu düşünülen kelimeler.

Position - Bir sonucun arama sonuçları sayfasında işgal ettiği belirli yer.

PPA (Pay Per Action) - Yalnızca kaydolma gibi belirli bir eylem gerçekleştiğinde ödeme yaptığınız bir reklam modeli.

PPC (Pay Per Click) - Birisi reklamınıza her tıkladığında ödeme yaptığınız bir reklam modeli.

Precision - Bilgi erişiminde, döndürülen sonuçların gerçekten alakalı olanların oranı.

Price Competitiveness - Bir ürünün fiyatının rakiplerinkiyle nasıl karşılaştırıldığı - alışveriş ve ürün sonuçlarında alakalı.

Primary Category - Bir işletme profiline veya ürüne atanan, alaka düzeyini şekillendiren ana kategori.

Primary Keyword - Bir sayfanın sıralanmak için kurulduğu ve optimize edildiği tek ana anahtar kelime.

Product Grid SEO - E-ticaret ürün ve kategori ızgara sayfalarını organik arama görünürlüğü için optimize etme.

Product Schema - Bir ürünü, fiyatı, stok durumu ve puanları gibi tanımlayan yapılandırılmış veri.

Programmatic SEO - Büyük benzer sorgu kümelerini hedeflemek için verilerden ve şablonlardan ölçekte birçok sayfa oluşturma.

Programming Language - Yazılımın yürüttüğü talimatları yazmak için kullanılan biçimsel bir dil.

Progressive Web Apps (PWA) - Çevrimdışı kullanım ve kurulabilirlik gibi özelliklerle, yerel uygulamalar gibi davranan web uygulamaları.

Prominence - Yerel SEO'da, bir işletmenin ne kadar tanınmış ve köklü olduğu; bir yerel sıralama faktörü.

Prompt Bank - Yapay zeka araçları için yeniden kullanılabilir komutların kayıtlı bir koleksiyonu.

Prospecting - Ulaşılabilecek potansiyel bağlantı, ortaklık veya müşteri hedeflerini belirleme.

Protocol - Verinin nasıl alışverişe konu olduğunu yöneten bir kurallar kümesi, örneğin HTTP veya HTTPS.

Public Relations - Bir kuruluşun kamuoyu ve medya tarafından nasıl algılandığını yönetme.

Pull Channel - Müşterilerin organik arama gibi size geldiği bir pazarlama kanalı.

Pull Marketing - Müşteriler aktif olarak çözüm ararken bulunarak onları çekme.

Purchase Conversion - Ziyaretçinin bir satın almayı tamamladığı bir dönüşüm.

Purchased Link - Açıklanmadıkça ve nofollow olmadıkça yönergeleri ihlal eden, sıralamaları etkilemek için satın alınan bir bağlantı.

Push Channel - Display reklamları veya e-posta gibi, bir kitleye ileti gönderdiğiniz bir kanal.

Push Marketing - İletileri aktif olarak aramayan bir kitleye proaktif biçimde gönderme.

Q

Qualified Lead - Gerçek satış potansiyeli gösteren ölçütleri karşılayan potansiyel bir müşteri.

Qualified Traffic - Hedef kitlenizle eşleşen ve dönüşme olasılığı daha yüksek olan ziyaretçiler.

Quality Content - Yararlı, doğru ve kullanıcının niyetini gerçekten tatmin eden içerik.

Quality Score - Google Ads'in anahtar kelime, reklam ve açılış sayfası kalitesine ilişkin, reklam maliyetini ve konumunu etkileyen değerlendirme.

Query Deserves Diversity (QDD) - Birden çok anlamı olan belirsiz sorgular için çeşitli bir sonuç karışımını tercih eden bir kavram.

Query Deserves Freshness (QDF) - İlgide bir artış gösteren sorgular için daha taze içeriği tercih eden bir Google kavramı.

QUIC - HTTP/3 tarafından kullanılan, UDP üzerinde çalışarak gecikmeyi azaltan modern bir taşıma protokolü.

R

Rank Distribution - Bir sitenin anahtar kelimelerinin sıralama konumları aralığına nasıl dağıldığı.

Rank Tracking - Bir sitenin anahtar kelime konumlarının zaman içinde nasıl değiştiğini izleme.

RankBrain - Yeni ve belirsiz arama sorgularını yorumlamaya yardımcı olan, Google'ın makine öğrenimi sistemi. Şu adla da bilinir Google RankBrain.

Ranking - Bir sayfanın bir sorgu için arama sonuçlarında tuttuğu konum.

Ranking Factor - Bir arama motorunun sonuçlarının sırasına karar vermek için kullandığı bir sinyal.

Readability Score - Bir metnin ne kadar kolay okunduğunu tahmin eden bir metrik.

Reciprocal Link - İki web sitesinin birbirine bağlantı verdiği bir düzenleme.

Reconsideration Request - Bir manuel işlem düzeltildikten sonra Google'dan bir siteyi yeniden incelemesini isteyen bir talep.

Redirect - Kullanıcıları ve botları bir URL'den diğerine otomatik olarak gönderme yöntemi.

Redirect Chain - Bir isteğin son URL'den önce geçtiği birden çok yönlendirmeden oluşan bir dizi.

Redirected Link - Son URL'sine ulaşmadan önce bir veya daha fazla yönlendirmeden geçen bir bağlantı.

Referral Traffic - Diğer web sitelerindeki bağlantılar aracılığıyla sitenize gelen ziyaretçiler.

Referring Domain - Sitenize en az bir kez bağlantı veren benzersiz bir alan adı.

Regex (Regular Expressions) - Dizeleri eşleştirmek için kullanılan, filtrelerde, denetimlerde ve Search Console'da yararlı metin desenleri.

Regional Keywords - Belirli bir bölgeye veya yerel ayara bağlı anahtar kelimeler.

Reinclusion - Bir siteyi veya sayfalarını, bir kaldırma veya cezadan sonra dizine geri getirme.

Related Searches - Aramanızla ilgili, sonuç sayfasının altında gösterilen sorgu önerileri.

Relative URL - Geçerli sayfaya göre yazılan, protokolü ve alan adını atlayan bir URL.

Relevance - Bir sayfanın veya işletmenin arama yapan kişinin sorgusuyla ne kadar iyi eşleştiği - temel bir sıralama faktörü.

Render-Blocking Scripts - Tarayıcı görünür içeriği işleyebilmeden önce yüklenip çalışması gereken betikler.

Rendering - Bir sayfanın kodunu, kullanıcının gördüğü görsel düzene dönüştürme süreci.

Rendering Delay - Bir istek ile bir sayfanın içeriğinin tamamen işlendiği an arasındaki gecikme.

Resource Hints - Kaynak yüklemesini hızlandıran preload, preconnect ve dns-prefetch gibi HTML ipuçları.

Resource Pages - Bir konuyla ilgili yararlı kaynakları toplayan ve onlara bağlantı veren, derlenmiş sayfalar.

Responsive Design - Bir sayfanın düzeninin herhangi bir ekran boyutuna akıcı biçimde uyum sağladığı bir tasarım yaklaşımı.

Retrieval-Augmented Generation (RAG) - İlgili belgeleri alıp bunları oluşturulan bir yanıtı temellendirmek için kullanan bir yapay zeka yaklaşımı.

Review Sentiment - Bir işletmenin incelemelerinde ifade edilen genel olumlu veya olumsuz ton.

Review Velocity - Bir işletmenin zaman içinde yeni inceleme kazanma hızı.

Rich Snippet - Bir sayfanın yapılandırılmış verilerinden alınan ek bilgiyle zenginleştirilen bir arama sonucu.

Robots Meta Directives (nosnippet, max-snippet, max-image-preview, noarchive) - Bir sayfanın sonuçlarda nasıl görünebileceğini kontrol eden, parçacık uzunluğu, görsel önizlemeleri ve önbellege alma dahil robots direktifleri.

Robots.txt - Tarayıcılara bir sitenin hangi bölümlerine erişebileceklerini veya erişemeyeceklerini söyleyen bir dosya.

ROI (Return on Investment) - Bir yatırımın maliyetine kıyasla elde edilen kârın bir ölçüsü.

Root Domain - Hiçbir alt alan adı öneki olmayan, kayıtlı üst düzey alan adı.

S

SaaS (Software as a Service) - Yerel olarak kurulmak yerine internet üzerinden abonelik temelinde sunulan yazılım.

SAM (Serviceable Available Market) - Bir işletmenin gerçekçi biçimde hizmet verebileceği toplam pazarın bölümü.

sameAs - Bir varlığı resmi profilleri ve URL'leriyle ilişkilendiren bir schema özelliği.

Schema Markup - Zengin sonuçları etkinleştirmek için sayfalara eklenen bir yapılandırılmış veri sözlüğü.

Schema.org - Arama motorları genelinde yapılandırılmış veriyi standartlaştıran işbirlikçi sözlük.

Scraped Content - İzin veya katma değer olmadan diğer web sitelerinden kopyalanan içerik.

Scraping (Web Scraping) - Web sitelerinden yazılımla otomatik olarak veri veya içerik çıkarma.

Screaming Frog - Teknik SEO denetimleri yürütmek için yaygın kullanılan bir masaüstü tarayıcı.

Scroll Depth - Ziyaretçilerin ayrılmadan önce bir sayfada ne kadar aşağı kaydırıldığı.

Scrum Board - Bir Scrum iş akışı içinde görevleri ve ilerlemeyi izleyen görsel bir pano.

Search Demand Curve - Arama talebinin, yüksek hacimli baş terimlerden uzun kuyruğa dağılımı.

Search Engine - Kullanıcı sorgularına yanıt olarak web sayfalarını bulan, dizine alan ve sıralayan yazılım.

Search Engine Advertising - Bir arama motorunun sonuçları içinde reklam göstermek için ödeme yapma.

Search Engine Poisoning - Sorgular için kötü amaçlı veya yanıltıcı sayfaların çıkması için sonuçları manipüle etme.

Search Engine Rank - Bir sayfanın bir arama motorunun sonuçları içinde tuttuğu konum.

Search Engine Results Page (SERP) - Bir arama motorunun belirli bir sorgu için döndürdüğü sonuç sayfası.

Search Generative Experience Visibility - Bir markanın yapay zeka tarafından oluşturulan arama yanıtlarında ne sıklıkta ve ne kadar belirgin görüldüğü.

Search Intent - Bir kullanıcının bir arama sorgusu girerken sahip olduğu temel amaç.

Search Quality Rater Guidelines - İnsan değerlendiricilere sonuç kalitesini ve E-E-A-T'yi değerlendirmede rehberlik eden, Google'ın kamuya açık kılavuzu.

Search Query - Bir kullanıcının bir şey bulmak için bir arama motoruna yazdığı kelimeler. Şu adla da bilinir Query, Search Term.

Search Result Snippet - Bir SERP'de tek bir sonuç için gösterilen başlık, URL ve açıklama.

Search Results - Bir arama motorunun bir sorguya yanıt olarak döndürdüğü kayıtlar. Şu adla da bilinir Results.

Search Traffic - Arama motorları aracılığıyla bir siteye gelen ziyaretçiler.

Search Visibility - Bir sitenin, sıralandığı anahtar kelimeler genelinde ne kadar görünür olduğunu tahmin eden bir metrik.

Search Volume - Bir anahtar kelimenin belirli bir dönemde kaç kez arandığı. Şu adla da bilinir Volume.

Seasonal Trends - Yıl boyunca arama talebindeki öngörülebilir yükselişler ve düşüşler.

Secondary Keywords - Bir sayfanın, ana anahtar kelimesinin yanında hedeflediği destekleyici anahtar kelimeler.

Seed Keywords - Anahtar kelime araştırmasına başlamak için kullanılan ilk temel terimler.

SEM (Search Engine Marketing) - Genellikle ücretli reklamlar yoluyla arama motorlarında görünürlüğü artıran pazarlama.

Semantic Completeness - Bir sayfanın, konusuyla ilgili kavramları ve alt konuları ne kadar tam kapsadığı.

Semantic Core - Bir sitenin konu kapsamını tanımlayan anahtar kelimelerin tam kümesi.

Semantic Search - Bir sorgunun arkasındaki anlamı ve niyeti, yalnızca anahtar kelimeleri değil, yorumlayan arama.

Semantic Similarity - İki metin parçasının veya terimin anlam bakımından birbirine ne kadar yakın olduğu.

Semrush - Popüler, hepsi bir arada bir SEO ve dijital pazarlama yazılım paketi.

Semrush Rank - Semrush'ın alan adlarını tahmini organik arama trafiklerine göre sıralaması.

Sentiment - Bir marka veya konu hakkında ifade edilen olumlu veya olumsuz duygusal ton.

Sentiment Analysis - Metinde ifade edilen duyguyu belirlemek için doğal dil işleme kullanma.

SEO (Search Engine Optimization) - Bir web sitesini, organik arama sonuçlarında daha yüksek sıralanması için iyileştirme uygulaması.

SEO Audit - Bir sitenin SEO sağlığının, sorunlarının ve fırsatlarının kapsamlı bir incelemesi.

SEO Benchmarking - SEO performansını rakiplere veya geçmiş sonuçlara karşı ölçme.

SEO Briefing - Yazarlara bir içeriği nasıl optimize edeceklerine yön veren bir belge.

SEO Checklist - Bir sayfanın veya sitenin düzgün biçimde optimize edildiğinden emin olmak için kullanılan bir görev listesi.

SEO Consultant - İşletmelere arama performanslarını iyileştirme konusunda danışmanlık yapan bir uzman.

SEO Emojis - Dikkat çekmek için başlıklarda veya meta etiketlerinde emoji kullanma; Google bunları parçacıklardan sıklıkla kaldırırsa da.

SEO Podcast - Arama motoru optimizasyonu konularına odaklanan bir ses programı.

SEO Service - Bir müşterinin SEO sonuçlarını iyileştirmeyi amaçlayan profesyonel bir hizmet.

SEO Silo - İlgili içeriği, tematik alaka düzeyi oluşturmak için sıkı biçimde temalanmış bölümlerde gruplama.

SEO Tips - Bir sitenin arama performansını iyileştirmek için pratik öneriler.

SEO URL - Aramaya ve kullanıcılara yardımcı olacak şekilde tasarlanmış temiz, açıklayıcı, anahtar kelime dostu bir URL.

SEO vs. SEM - Organik optimizasyon (SEO) ile ücretli arama pazarlaması (SEM) arasındaki karşılaştırma.

SEOnaut - Bir SEO uzmanı için eğlenceli bir takma ad.

SERP Feature - Bir SERP'de snippet, image pack veya local pack gibi standart olmayan herhangi bir sonuç.

SERP Real Estate - Kayıtlarınızın bir sonuç sayfasında işgal ettiği görsel alan miktarı.

SERP Shaker - Arama motoru sıralamalarında önemli, yaygın bir değişim için kullanılan bir terim.

SERP Source - Belirli bir arama sonucunun kaynaklandığı web sitesi.

SERP Volatility - Arama sonuçları genelinde sıralamaların zaman içindeki dalgalanma derecesi.

Server-Side Rendering (SSR) - Bir sayfanın HTML'sini tarayıcıya göndermeden önce sunucuda oluşturma.

Service Area Business (SAB) - Müşterilere bir mağazadan değil, kendi konumlarında hizmet veren bir işletme.

SGE (Search Generative Experience) - Sonuçların üzerinde yapay zeka tarafından oluşturulan yanıtlar gösteren ve AI Overviews'a dönüsen, Google'ın deneyi.

Shopify - Çevrimiçi mağazalar oluşturmak için yaygın kullanılan, barındırılan bir e-ticaret platformu.

Shopping Grid - Alışveriş arama sonuçları içinde gösterilen bir ürün kayıtları ızgarası.

Short-Tail Keywords - Belirsiz niyet taşıyan kısa, geniş, yüksek hacimli anahtar kelimeler.

Site Architecture - Bir web sitesinin sayfalarının nasıl yapılandırıldığı, düzenlendiği ve birbirine bağlandığı.

Site Audit - Teknik ve sayfa içi SEO sorunlarını belirleyen otomatik bir tarama.

Site Speed - Bir web sitesinin sayfalarının ziyaretçileri için genel olarak ne kadar hızlı yüklendiği.

Sitelinks - Gezinmeye yardımcı olmak için bir ana sonucun altında gösterilen ek alt sayfa bağlantıları. Şu adla da bilinir Google Sitelinks.

Sitemap - Arama motorlarının bir sitenin URL'lerini keşfetmesine ve taramasına yardımcı olmak için bunları listeleyen bir dosya.

Sitemap Index - Çok büyük web siteleri için kullanılan, birden çok site haritasına başvuran bir dosya.

Sitewide Backlink - Bağlantı veren web sitesinin her sayfasında görünen bir backlink.

Sitewide Link - Bir sitenin tüm sayfalarında tekrarlanan, genellikle bir başlığa veya alt bilgiye yerleştirilen bir bağlantı.

Skyscraper Technique - Popüler içerik bulma, daha iyi bir şey oluşturma ve onun çektiği bağlantıları kazanma.

SMM (Social Media Marketing) - Bir markayı ve içeriğini sosyal medya platformları aracılığıyla pazarlama.

SMO (Social Media Optimization) - Sosyal platformlarda erişimi ve etkileşimi artırmak için içeriği ve profilleri optimize etme.

Social Signals - Beğeniler ve paylaşımlar gibi, bazen görünürlikle ilişkilendirilen sosyal medya etkileşimi.

Social Syndication - Erişimini genişletmek için içeriği sosyal kanallarda yeniden yayımlama.

Social Traffic - Sosyal medya platformlarından bir siteye gelen ziyaretçiler.

Soft 404 - Bir başarı durum kodu döndüren ancak kullanıcılara bir bulunamadı mesajı gösteren bir sayfa.

Source Attribution - İçeriğin, verinin veya bir ziyaretin orijinal kaynağını belirleme ve ona kredi verme.

SOV (Share of Voice) - Bir anahtar kelime kümesi için, rakiplere kıyasla markanızın toplam arama görünürlüğündeki payı.

Spam - Arama sistemlerini kandırmak için oluşturulan alakasız, manipülatif veya düşük kaliteli içerik.

Spam Classifier - Spam içeriği veya bağlantıları otomatik olarak tespit edip işaretleyen bir sistem.

Spam Score - Bir sitenin spam veya cezalandırılmış olma olasılığını tahmin eden Moz metriği.

Spam Signals - Bir sayfanın veya sitenin spam olabileceğini düşündüren özellikler.

Spamdexing - Bir arama motorunun dizinini ve sıralamalarını spam teknikleriyle manipüle etme. Şu adla da bilinir Webspam, Search Engine Spam.

Spammy Tactics - Arama motoru yönergelerini ihlal eden manipülatif SEO yöntemleri.

Splash Page - Ana siteden önce gösterilen, genellikle tanıtım amaçlı bir giriş sayfası.

Sponsored Link - Yönergelerin gerektirdiği gibi, rel özniteliği kullanılarak ücretli veya sponsorlu olarak işaretlenmiş bir bağlantı. Şu adla da bilinir rel="sponsored".

Sponsored Link Disclosure - Yönergelerin gerektirdiği gibi, ücretli bağlantıları ve içeriği sponsorlu olarak açıkça işaretleme.

Srcset - Duyarlı yükleme için birden çok görsel kaynağı sunan bir HTML görsel özniteliği.

SSL Certificate - Şifreli HTTPS bağlantılarını etkinleştiren, günümüzde teknik olarak TLS kullanan bir dijital sertifika.

Static URL - Sabit kalan ve dinamik sorgu parametreleri içermeyen bir URL.

Status Code - Bir sunucunun bir isteğin sonucunu belirtmek için döndürdüğü HTTP kodu.

Stop Words - Arama motorlarının sıklıkla yok saydığı the, and veya of gibi yaygın kelimeler.

Structured Data - Bir sayfanın içeriğini, arama motorlarının anlayabilmesi için tanımlayan standartlaştırılmış işaretleme.

Subdirectory - Bir sitenin URL yapısında iç içe geçmiş, bir alt klasöre eşdeğer bir klasör.

Subdomain - Bir alan adında, blog.example.com gibi ayrı bir bölüm oluşturan bir önek.

Subfolder - Bir URL yolunda, example.com/blog gibi bir dizin.

Submission - Bir siteyi veya URL'yi arama motorlarına veya dizinlere gönderme eylemi.

SXO (Search Experience Optimization) - Bir sayfanın yalnızca sıralamaları değil, kullanıcıları tatmin etmesi için SEO'yu kullanıcı deneyimiyle birleştirme.

T

TAM (Total Addressable Market) - Bir ürün veya hizmet için mevcut olan toplam gelir fırsatı.

Taxonomy - Bir sitenin içeriğini düzenlemek için kullanılan kategoriler ve etiketler sistemi.

Taxonomy SEO - Kategori, etiket ve diğer taksonomi sayfalarını arama için optimize etme.

Technical SEO - Bir sitenin taramasını, dizine alınmasını ve temel altyapısını optimize etme.

The Fold - Bir sayfada, altındaki içeriğin görülmesi için kaydırma gerektiren çizgi.

Thin Content - Kullanıcılara az veya hiç katma değer sunan sayfalar.

Three-Way Link Exchange - Karşılıklılığı gizlemek için A sitesinin B'ye, B'nin C'ye ve C'nin tekrar A'ya bağlantı verdiği bir düzenleme.

Thumbnails - Arama sonuçlarında videolar için gösterilenler gibi küçük önizleme görselleri.

Tiered Link Building - Güçlerini artırmak için mevcut backlinklerinize katmanlar hâlinde bağlantı oluşturma.

Time on Page - Ziyaretçilerin tek bir sayfada geçirdiği ortalama süre.

Time to First Byte (TTFB) - Bir istekten, sunucunun yanıtının ilk baytının alınmasına kadar geçen süre.

Title Tag Optimization - Alaka düzeyini ve tıklama oranını iyileştirmek için bir sayfanın title ögesini hazırlama.

TLD (Top-Level Domain) - Son noktadan sonraki, .com, .org veya .pl gibi alan adı uzantısı.

TLS (Transport Layer Security) - İstemci ile sunucu arasındaki veriyi şifreleyen, SSL'in ardılı olan protokol.

Top Stories - Bir sorgu için güncel, alakalı makaleleri öne çıkaran bir haber SERP ögesi.

Topic Cluster - Merkezi bir pillar sayfa etrafında düzenlenmiş, ilgili sayfalardan oluşan bir grup.

Topic Efficiency - Bir sitenin bir konu için trafiği, yatırılan içeriğe oranla ne kadar etkili yakaladığı.

Topical Authority - Bir sitenin tüm bir konu alanındaki algılanan uzmanlığı ve derinliği.

Topical Coverage - Bir sitenin bir konunun tüm yönlerini ne kadar kapsamlı ele aldığı.

Topical Relevance - Bir içeriğin belirli bir konuyla ne kadar yakından ilişkili olduğu.

Total Blocking Time (TBT) - Ana iş parçacığının engellendiği süreyi toplayan, etkileşimi yansıtan bir laboratuvar metriği.

Toxic Backlinks - Bir sitenin sıralamalarına zarar verebilecek zararlı veya spam bağlantılar.

Tracking Code - Analitik veya dönüşüm verisi toplamak için bir siteye yerleştirilen bir kod parçacığı.

Traffic - Bir web sitesinin aldığı toplam ziyaretçi sayısı.

Traffic % - Toplam trafiğin, bir anahtar kelimeye, sayfaya veya kanala düşen oranı.

Traffic Cost - Organik trafiğinizi bunun yerine ücretli reklamlarla elde etmenin tahmini maliyeti.

Traffic Potential - Bir konunun veya anahtar kelimenin gerçekçi biçimde getirebileceği toplam organik trafik.

Transactional Query - Satın alma veya belirli bir eylemi tamamlama niyetini işaret eden bir arama.

Trend - Bir şeyin, örneğin arama ilgisinin, hareket ettiği genel yön.

Trust Dampening - Düşük güvenli kaynaklardan gelen bağlantıların aktardığı sıralama değerini indirgeme.

Trust Flow - Bir sitenin bağlantı kalitesini, kaynaklarının ne kadar güvenilir olduğuna göre puanlayan Majestic metriği.

TrustRank - Güvenilir kaynak sitelerden başlayarak yararlı sayfaları spam'den ayıran bir algoritma.

Twitter Cards - Bir URL'nin Twitter'da, artık X'te, paylaşıldığında nasıl gösterileceğini kontrol eden meta etiketleri.

U

UGC Link Attribute - Kullanıcı tarafından oluşturulan içerikte görünen bağlantıları işaretleyen bir rel değeri. Şu adla da bilinir rel="ugc".

Unique Visit - Belirli bir dönemde her ayrı ziyaretçi için yalnızca bir kez sayılan bir ziyaret.

Universal Analytics (UA) - Google'ın, 2023'te GA4 ile değiştirilen önceki analitik platformu.

Universal Search - Görseller, haberler ve video gibi farklı sonuç türlerini tek bir SERP'de harmanlama.

Unlinked Mention - Markanıza bir içerikte yapılan, bağlantı içermeyen bir atıf.

Unnatural Link - Editöryel olarak kazanılmak yerine sıralamaları manipüle etmek için oluşturulan bir bağlantı.

URL (Uniform Resource Locator) - Çevrimiçi belirli bir kaynağa işaret eden web adresi.

URL Folder - Bir URL'nin yolundaki bir dizin segmenti.

URL Parameter - Veri iletmek için bir URL'ye soru işaretinden sonra eklenen bir anahtar-değer çifti.

URL Rating (UR) - Bir sayfanın backlink profilinin gücünü gösteren, Ahrefs'in 0 ile 100 arası puanı.

URL Slug - Bir URL'nin, belirli bir sayfayı tanımlayan okunabilir bölümü. Şu adla da bilinir Slug.

URL Structure - Bir sitenin URL'lerinin site genelinde nasıl düzenlendiği ve biçimlendirildiği.

Usability - Bir web sitesinin ziyaretçiler için ne kadar kolay ve sezgisel kullanıldığı.

User Engagement - Kullanıcıların bir web sitesiyle veya içeriğiyle ne kadar etkin etkileşim kurduğu.

User Experience (UX) - Bir kişinin bir web sitesiyle veya ürünle etkileşiminin genel kalitesi.

User Intent - Bir kullanıcının bir arama yaparken ulaşmaya çalıştığı amaç.

User Interface (UI) - Bir kullanıcının bir ürünle etkileşim kurduğu görsel öğeler ve kontroller.

User-agent - Bir sunucuya istek yapan tarayıcıyı veya botu tanımlayan bir dize.

User-Friendly - İnsanların kullanması için kolay, net ve keyifli olacak şekilde tasarlanmış.

UTM Code - Analitikte kampanya performansını izlemek için bir URL'ye eklenen bir etiket.

UTM Parameters - UTM ile etiketlenmiş bir kampanya URL'sindeki ayrı anahtar-değer etiketleri.

V

Variant Indexing - Arama motorlarının bir ürünün veya sayfanın birden çok varyantının dizine alınmasını nasıl ele aldığı.

Vary Header - Önbelleklere bir yanıtın istek başlıklarına göre nasıl değiştiğini söyleyen bir HTTP başlığı.

Vector Search - İçeriği vector embeddings kullanarak anlamsal benzerliğe göre eşleştiren arama.

Vertical Search - Görseller veya iş ilanları gibi belirli bir içerik kategorisiyle sınırlı arama.

Vertical Search Engine - Tek bir konuya veya içerik türüne odaklanan bir arama motoru.

Video Carousel - Yatay olarak kaydırılabilen bir video satırı gösteren bir SERP öğesi.

Video Optimization - Video içeriğini, aramada iyi performans göstermesi ve izleyicilerle etkileşim kurması için optimize etme.

Viewport - Bir web sayfasının, bir cihazın ekranı içindeki görünür alanı.

Viral Content - Paylaşım yoluyla hızla ve geniş çapta yayılan içerik.

Visibility - Bir web sitesinin arama sonuçları genelinde ne kadar belirgin görüldüğü.

Visibility Score - Bir sitenin aramadaki genel görünürlüğünü tahmin eden bir metrik.

Visit (Session) - Bir kullanıcının bir web sitesinde sahip olduğu tek bir tarama oturumu.

Voice Search - Bir sorguyu bir cihaza veya asistana sesli söyleyerek arama.

Voice Search SEO - İçeriği, sesli arama sorguları aracılığıyla öne çıkarılabilecek şekilde optimize etme.

Volatility - Arama motoru sıralamalarının zaman içindeki dalgalanma derecesi.

W

Warm Cache - Veriyle önceden doldurulmuş, böylece isteklerin hızla sunulduğu bir önbellek.

Web Architecture - Web sistemlerinin, sunucuların ve sayfaların nasıl bağlandığının yapısal tasarımı.

Web Stories - Google aramasında görünebilen, dokunulabilir, tam ekran görsel hikayeler.

Webpage - Web'de, kendi URL'sinde erişilebilen tek bir belge.

Website - Tek bir alan adı altında yayımlanan, ilgili web sayfaları koleksiyonu.

Website Architecture - Bir web sitesinin sayfalarının ve bölümlerinin nasıl yapılandırıldığı ve bağlandığı.

Website Quality - Bir sitenin içeriğinin, kullanıcı deneyiminin ve güvenilirliğinin genel standardı.

Website Structure - Bir web sitesi içindeki sayfaların düzeni ve hiyerarşisi.

White Hat SEO - Arama motoru yönergelerine uyan etik SEO uygulamaları.

WordPress - Web siteleri oluşturmak için en yaygın kullanılan içerik yönetim sistemi.

WPO (Website Performance Optimization) - Bir web sitesinin yükleme hızını ve genel performansını iyileştirme.

X

X-Robots-Tag - Herhangi bir dosya türü için dizine alma ve taramayı kontrol eden bir HTTP başlığı.

XML (Extensible Markup Language) - Yapılandırılmış veriyi depolamak ve aktarmak için kullanılan esnek bir işaretleme dili.

XML Sitemap - Bir sitenin URL'lerini arama motorları için listeleyen, makine tarafından okunabilen bir dosya. Şu adla da bilinir Sitemap.xml.

Y

Yahoo - Sonuçları Bing tarafından sağlanan, uzun süredir var olan bir web portalı ve arama motoru.

Yandex - Rusya'nın önde gelen arama motoru.

YMYL (Your Money or Your Life) - Sağlığı, finansı veya güvenliği etkileyebilen, Google'ın daha yüksek kalite standartlarında tuttuğu sayfalar.

Yoast SEO - WordPress için popüler bir SEO eklentisi.

Z

Zero-Click Search - Bir siteye tıklama olmadan, doğrudan sonuç sayfasında yanıtlanan bir arama.

Zombie Pages - Trafik getirmeyen ve bir sitenin genel kalitesini seyreletbilen düşük değerli sayfalar.