



DEKOGRANİT.COM.TR

WEB SİTESİ DURUM ANALİZİ VE GELİŞTİRME RAPORU

Hazırlanma Tarihi: 1 Eylül 2026

Konu: SEO, Yapay Zekâ Arama Görünürlüğü, Performans, Kullanıcı Deneyimi, Tasarım ve İçerik Bakımından Mevcut Durum Tespiti ve Öneriler

Yöntem: Sitenin tamamı taranarak 74 benzersiz sayfa ve 200 adres çıkarılmış; ana sayfanın yüklediği 70 dosya tek tek indirilerek gerçek aktarım boyutu ölçülmüş; sunucudaki 1.956 görsel listelenmiş; Googlebot, Bingbot, GPTBot, ClaudeBot, PerplexityBot ve OAI-SearchBot kimlikleriyle ayrı ayrı istek gönderilerek her birine ne servis edildiği doğrulanmıştır.

1. YÖNETİCİ ÖZETİ

Örnek Firma, yapı kimyasalları sektöründe geniş bir ürün ağacına – Ürün Serisi serisi su yalıtım ürünleri, iç ve dış cephe boyaları, astarlar, endüstriyel zemin kaplamaları ve doğal taş kaplama – 74 sayfalık bir içerik envanterine ve 24 sektörel blog yazısına sahip, kurumsal altyapısı oturmuş bir web sitesidir. İçerik varlığı sektör ortalamasının üzerindedir.

Sitenin teknik temeli sağlamdır ve bu, en değerli varlığıdır: içerik sunucu tarafında üretilmektedir; yani hem Google hem de ChatGPT, Gemini, Perplexity, Claude gibi yapay zekâ sistemleri sayfaları eksiksiz okuyabilmektedir. Sunucu yanıt süresi **0,40 saniye** ile iyi seviyededir, metin sıkıştırması aktiftir (119 KB'lık ana sayfa 29 KB olarak aktarılmaktadır) ve güvenlik başlıkları tanımlıdır. Bu koşullar pek çok kurumsal sitede sağlanmaz; burada hazır.

Buna karşılık, sitenin arama motorlarına ve yapay zekâ sistemlerine kendini tanıtmayı için gereken işaretlerin büyük bölümü eksiktir. Site kurulduğu dönemde bu unsurların bir kısmı henüz standart değildi, bir kısmı ise – yapay zekâ arama görünürlüğü – hiç mevcut değildi. Bu, sitenin "yanlış yapıldığı" anlamına gelmez; tıpkı bir aracın belirli aralıklarla bakım ve model yenilemesi gerektirmesi gibi, web siteleri de teknoloji döngüsü gereği yenilenmeye ihtiyaç duyar.

İncelemenin ana bulgusu: **İÇERİK ve ALTYAPI hazır, ancak bu içerik arama motorlarına ve yapay zekâyı doğru biçimde sunamadığı için hak ettiği görünürlüğe ulaşamıyor.** En düşük maliyetle en yüksek getirinin alınabileceği alan tam olarak burasıdır.

Öncelikli olarak ele alınması gereken üç somut sorun



- **10 sayfa (12 adres) şu anda sunucu hatası vermektedir.** Bunlardan biri ana menüdeki "Doğal Taş Kaplama" bölümüdür.
- **Ana sayfadaki tanıtım videosu sunucuda bulunmamaktadır;** ziyaretçiyi karşılayan ilk ekran boş bir alan olarak açılmaktadır.
- **Sitede hiçbir ölçümleme aracı kurulu değildir;** kaç ziyaretçi geldiği, hangi aramadan geldiği ve kaçının form doldurduğu bilinmemektedir.

Aşağıdaki bölümlerde her başlık; mevcut durum, bunun neden önemli olduğu ve önerilen çözüm şeklinde ele alınmıştır.

2. 2021'DEN BUGÜNE NELER DEĞİŞTİ?

Sitenin kurulduğu dönemde, bu raporda ele alınan başlıkların çoğu **henüz mevcut değildi**. Arama motorlarının çalışma biçimi, tarayıcılar ve müşteri alışkanlıkları aradan geçen sürede değişmiştir. Web siteleri de tıpkı araçlar gibi belirli aralıklarla bakım ve model yenilemesi gerektirir.

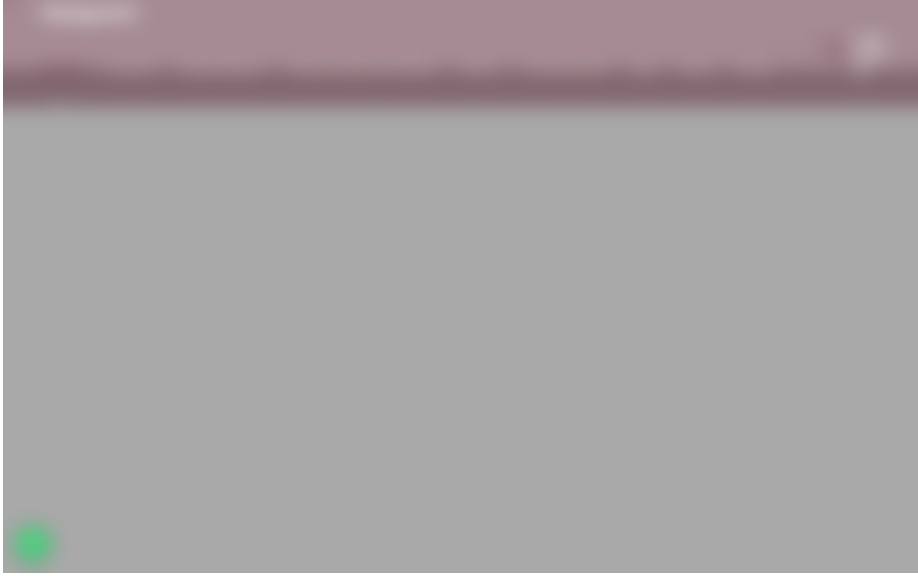
Tarih	Ne oldu
Kasım 2020	ornekfirma.com.tr alan adı kaydı açıldı; site hazırlıkları bu dönemde başladı.
2021	Site kuruldu. Kullanılan Bootstrap 5 (Şubat 2021) ve jQuery 3.6 (Mart 2021), o günün en güncel sürümleriydi.
Haziran 2021	Google, sayfa hızını (Core Web Vitals) doğrudan sıralama ölçütü yaptı. Site kurulurken bu ölçüt henüz yürürlükte değildi.
Kasım 2022	ChatGPT yayımlandı. Yapay zekâya soru sorup ürün önerisi almak diye bir davranış ilk kez ortaya çıktı.
2024	Google AI Overviews ile arama sonuçlarının üstünde yapay zekâ özetleri görünmeye başladı.
Bugün	Ziyaretçinin ürün bulma yolları 2021'dekinden farklı. İçerik ve altyapı sağlam; yapılacak iş sıfırdan kurmak değil, mevcut gücü bugünün diline çevirmek.

Zaman içinde oluşan eksikler olağandır. Yönetim panelinden yapılan içerik değişiklikleri, ürün eklemeleri, sunucu taşımaları ve güncellemeler yıllar içinde birikir; bazı bileşen dosyaları geride kalır. Bu raporda bunlar "hata" olarak değil, **tamamlanması gereken kalemler** olarak ele alınmıştır.

3. SİTENİZİN BUGÜNKÜ GÖRÜNÜMÜ VE KARNESİ



Aşağıdaki ekran görüntüleri, ornekfirma.com.tr adresinin bu inceleme sırasında masaüstü ve mobil cihazda açıldığında **ilk ekranıdır**. Menü'nün altındaki geniş boşluk, tanıtım videosu dosyalarının sunucuda bulunmamasından kaynaklanmaktadır.



Masaüstü görünüm – 1 Eylül 2026



Mobil görünüm – 1 Eylül 2026

Karne



Aşağıdaki notlar **bugünün** ölçütlerine göre hesaplanmıştır; sitenin kurulduğu 2021 standardına göre değil. Düşük not kötü bir site anlamına gelmez, teknolojinin bu sürede ne kadar ilerlediğini gösterir.

Alan	Not	Değerlendirme
Genel	D	İçerik ve altyapı sağlam; puanı düşüren, bu gücün arama motorlarına ve yapay zekâya anlatılmaması
Sayfa İçi SEO	D-	Başlık, ana başlık (H1), açıklama ve görsel metinleri tamamlanmalı
Yapay Zekâ (GEO)	F	Yapılandırılmış veri, teknik föy ve SSS bulunmuyor – bu kavramlar site kurulduğunda yoktu
Performans	F	Ana sayfa 14,4 MB; hedefin yaklaşık 10 katı
Kullanılabilirlik	C-	10 sayfa açılmıyor, tanıtım videosu ve logo dosyaları eksik; mobil uyum ve iletişim bağlantıları çalışıyor
Teknik Altyapı	B	Sıkıştırma aktif, güvenlik başlıkları tam, sunucu yanıtı hızlı

Ana sayfa ağırlığının dağılımı

Kalem	Boyut	Pay
Görseller	14,0 MB	%97
JavaScript	237 KB	%1,6
HTML	119 KB	%0,8
CSS	85 KB	%0,5
Toplam	14,4 MB	70 istek

4. ARAMA MOTORU OPTİMİZASYONU (SEO)

2.1. Sayfa Başlıkları (Title)

MEVCUT DURUM: 74 sayfanın 15'inin başlığı yalnızca "Örnek Firma" şeklindedir; ana sayfa da bunlar arasındadır. Ayrıca 6 sayfa "Dış Cephe Ürünleri", 6 sayfa "Su Yalıtım Ürünleri", 5 sayfa "İç Cephe Ürünleri" başlığını paylaşmaktadır.

NEDEN ÖNEMLİ: Sayfa başlığı, Google'ın bir sayfayı tanımlarken kullandığı en güçlü sinyaldir ve arama sonuçlarında mavi tıklanabilir yazı olarak görünür. Aynı başlığı taşıyan sayfalar Google tarafından birbirinin kopyası sayılır; yalnızca biri sıralamaya alınır, diğerleri görünmez kalır.



ÖNERİ: Her ürün, blog ve kurumsal sayfa için içeriğe özel, arama davranışına uygun benzersiz başlıklar üretilmesi (örnek: "Epoksi Zemin Kaplaması | Endüstriyel Zemin Çözümleri - Örnek Firma").

2.2. Açıklama Etiketleri ve Anahtar Kelime Alanı

MEVCUT DURUM: Her sayfada aynı metin kullanılmaktadır ve bu metin **30.935 karakter** uzunluğundadır. İçeriği, virgülle ayrılmış yüzlerce anahtar kelimedenden oluşan bir listedir. Aynı metin, arama motorlarının yıllar önce kullanmayı bıraktığı "keywords" alanında da tekrarlanmaktadır.

NEDEN ÖNEMLİ: Google bu alanı yaklaşık 160 karakterde keser ve arama sonucunda tanıtım yazısı olarak gösterir. Mevcut haliyle her sayfa aynı anlamsız kelime listesiyle görünmektedir; bu, tıklanma oranını düşürür. Bu yoğunluktaki tekrar ayrıca arama motorları tarafından manipülasyon girişimi olarak değerlendirilebilecek bir sinyaldir.

ÖNERİ: Anahtar kelime yığınlarının temizlenmesi ve her sayfaya, tıklamayı teşvik eden 150-160 karakterlik özgün açıklama metinleri yazılması.

2.3. Başlık Etiketleri (H1) ve İçerik Hiyerarşisi

MEVCUT DURUM: Taranan **74 sayfanın hiçbirinde H1 (ana başlık) etiketi bulunmamaktadır**. Sayfa başlıkları H2 olarak kodlanmıştır.

NEDEN ÖNEMLİ: H1, bir sayfanın konusunu arama motoruna bildiren temel etikettir. Yokluğunda arama motoru sayfanın ana konusunu metinden tahmin etmek zorunda kalır. Doğru başlık hiyerarşisi hem SEO hem de erişilebilirlik açısından gereklidir.

ÖNERİ: Tüm sayfa şablonlarında anlamlı başlık hiyerarşisinin (H1-H2-H3) kurgulanması.

2.4. Site Haritası ve robots.txt

MEVCUT DURUM: robots.txt dosyası mevcuttur ancak site haritası olarak "http://ornekfirma.com.tr/index.php/sitemap.xml" adresini bildirmektedir. Bu adres bir site haritası değildir; ana sayfanın kendisini döndürmektedir. Ayrıca güvenli olmayan http protokolü ile bildirilmiştir. Sitede çalışan bir sitemap.xml dosyası bulunmamaktadır.

NEDEN ÖNEMLİ: Site haritası, arama motorlarına "sitemde şu sayfalar var, hepsini tara" demenin standart yoludur. Bu dosya olmadan Google sayfaları kendi keşfetmek zorundadır; yeni eklenen ürün ve blog sayfaları geç indekslenir veya hiç indekslenmez.

ÖNERİ: Otomatik güncellenen bir XML site haritası oluşturulması, robots.txt dosyasının https ile doğru adresi bildirecek şekilde düzeltilmesi ve Google Search Console'a tanıtılması.

2.5. Adres Yapısı ve Yinelenen İçerik

MEVCUT DURUM: Adres kuralları yalnızca sayfa numarasını dikkate almakta, adresin metin kısmını yok saymaktadır. Aynı sayfa /su-yalitim-urunleri/4 · /yalitim/4 · /yapikimyasallari/4 · /rastgele-bir-kelime/4 adreslerinin hepsinde açılmaktadır. Her adres ayrıca kendisini asıl adres (canonical) olarak bildirmektedir.



NEDEN ÖNEMLİ: Tek bir sayfa sınırsız sayıda adreste çoğaltılabilmektedir. Google'ın siteye ayırdığı tarama bütçesi boşa harcanır, sayfanın biriktirdiği değer adresler arasında bölünür ve site kopya içerik üreten bir yapı olarak algılanabilir.

ÖNERİ: Adres yapısının tekilleştirilmesi ve canonical etiketinin, ziyaret edilen adresten değil sayfanın kendi kimliğinden üretilecek şekilde düzeltilmesi.

2.6. Çok Dilli Yapı (hreflang)

MEVCUT DURUM: Sitede Türkçe, İngilizce ve Arapça dil seçeneği sunulmaktadır. Ancak yapılan karşılaştırmada İngilizce ve Arapça sürümlerin Türkçe içerikle **%100 aynı** olduğu görülmüştür; çeviri içeriği veritabanında boştur. Diller arası ilişkiyi bildiren hreflang etiketi hiçbir sayfada bulunmamaktadır.

NEDEN ÖNEMLİ: Mevcut haliyle her sayfa üç kat yinelenen içerik üretmektedir. Uluslararası görünürlük sağlamadığı gibi, Türkçe sayfaların değeri de bundan olumsuz etkilenmektedir.

ÖNERİ: İki seçenek vardır: (a) çeviri içeriklerinin tamamlanması, her dil için ayrı adres yapısı ve hreflang etiketlerinin kurulması, ya da (b) çeviri tamamlanana kadar ikincil dillerin arama motorlarına kapatılması. Sektörün ihracat potansiyeli düşünüldüğünde (a) seçeneği önerilmektedir.

2.7. Görsel Açıklama Metinleri (alt)

MEVCUT DURUM: Ana sayfadaki 15 görselin 14'ünde, blog listesindeki 25 görselin 24'ünde, kategori sayfalarındaki 11 görselin 10'unda açıklama metni bulunmamaktadır.

NEDEN ÖNEMLİ: Görsel arama, yapı ve inşaat sektöründe küçümsenmeyecek bir trafik kaynağıdır. Açıklama metni olmayan görseller bu kanaldan ziyaretçi getiremez; ayrıca görme engelli kullanıcılar için erişilebilirlik standardı karşılanmamış olur.

ÖNERİ: Görsel açıklama metni stratejisinin belirlenmesi ve mevcut görsel envanterine toplu olarak uygulanması.

2.8. Sosyal Medya Paylaşım Görünümü

MEVCUT DURUM: Hiçbir sayfada Open Graph veya Twitter Card etiketi bulunmamaktadır.

NEDEN ÖNEMLİ: Bir ürün veya blog bağlantısı WhatsApp, LinkedIn, Facebook veya X'te paylaşıldığında görsel, başlık ve açıklamadan oluşan bir önizleme kartı çıkmamakta; yalnızca çıplak bağlantı görünmektedir. Bu, bayi ve müteahhit ağı üzerinden yapılan paylaşımlarda tıklanma oranını düşürür.

ÖNERİ: Tüm sayfalara Open Graph ve Twitter Card etiketlerinin eklenmesi.

5. YAPAY ZEKÂ ARAMA GÖRÜNÜRLÜĞÜ (GEO / AEO)

Son iki yılın en büyük değişimi buradadır ve sitenin kurulduğu dönemde bu kavram henüz mevcut değildi. Kullanıcılar artık yalnızca Google'a değil; ChatGPT, Google AI Overviews, Gemini, Perplexity ve Claude gibi



sistemlere de soru sormaktadır. "Teras su yalıtımı için hangi ürün kullanılır?" veya "Epoksi zemin kaplaması metrekaresi sarfıyatı nedir?" gibi bir soru artık doğrudan yapay zekâya sorulmakta; yapay zekâ da cevabını oluştururken kaynak gösterdiği web sitelerini önermektedir.

Değişimin ölçeği

- ChatGPT haftalık **800 milyon üzerinde** aktif kullanıcıya ulaşmıştır.
- Google AI Overviews arama sonuçlarının **%60'a varan** kısmında görünmektedir.
- Yapay zekâ özetleri, ilk sıradaki sayfanın tıklanma oranını **%58'e varan** oranda düşürebilmektedir (Ahrefs, 300.000 anahtar kelime analizi, 2023-2025).
- Gartner, geleneksel arama hacminin 2026 itibarıyla **%25 azalacağını** öngörmüş ve bu tahmin gerçekleşmiştir.

3.1. Yapay Zekâ Botlarının Erişimi – OLUMLU

MEVCUT DURUM: GPTBot, ChatGPT-User, OAI-SearchBot, ClaudeBot, PerplexityBot, Google-Extended ve Bingbot kimlikleriyle ayrı ayrı yapılan testlerde tüm botların sayfalara eksiksiz eriştiği doğrulanmıştır. İçerik JavaScript'e bağımlı değildir, sunucu tarafında üretilmektedir.

NEDEN ÖNEMLİ: Bu, sitenin en değerli teknik avantajıdır. Pek çok modern kurumsal sitede içerik tarayıcıda üretildiği için yapay zekâ sistemleri sayfayı boş görür. Burada böyle bir engel yoktur; temel hazırdır.

3.2. Yapılandırılmış Veri (Schema.org / JSON-LD) – EKSİK

MEVCUT DURUM: Sitede hiçbir yapılandırılmış veri bulunmamaktadır.

NEDEN ÖNEMLİ: Yapay zekâ sistemleri ve Google, bir ürünün ne olduğunu, hangi firmaya ait olduğunu, nerede kullanıldığını ve teknik özelliklerini yapılandırılmış veri sayesinde net biçimde okur. Bu veri olmadan sistemler bilgiyi düz metinden tahmin etmek zorunda kalır ve yapılandırılmış veri sunan rakip siteleri kaynak olarak tercih eder.

ÖNERİ: Aşağıdaki şemaların kurulması gerekmektedir.

Şema	Ne bildirir
Organization	Firma kimliği, logo, adres, iletişim bilgileri
LocalBusiness	Merkez bilgisi, çalışma saatleri, hizmet bölgesi
Product	Her ürün için ad, marka, ambalaj, kullanım alanı
BreadcrumbList	Sayfa hiyerarşisi
FAQPage	Sıkça sorulan sorular
HowTo	Uygulama adımları
Article	Blog yazıları, yazar ve tarih bilgisi

3.3. Soru-Cevap Biçimli İçerik (AEO) – EKSİK



MEVCUT DURUM: Sitede sıkça sorulan sorular bölümü bulunmamaktadır. Mevcut 24 blog yazısı soru-cevap yapısına dönüştürülmemiş, özet bölümü ve kaynak bilgisi içermemektedir.

NEDEN ÖNEMLİ: Yapay zekâ sistemleri, soru başlığı altında net ve kısa cevap veren içerikleri belirgin biçimde tercih etmektedir. Mevcut 24 blog yazısı bu dönüşüm için değerli bir hammadde.

ÖNERİ: Sıkça sorulan sorular bölümünün kurulması ve blog içeriklerinin soru-cevap yapısına dönüştürülmesi.

3.4. Teknik Veri ve Ürün Föyleri – EKSİK

MEVCUT DURUM: Sitede tek bir teknik ürün föyü (PDF) dahi bulunmamaktadır. Sarfiyat, kuruma süresi, uygulama sıcaklığı, kaplama kalınlığı, raf ömrü gibi sayısal veriler sitenin hiçbir yerinde yer almamaktadır.

NEDEN ÖNEMLİ: Yapı kimyasalları sektöründe teknik föy, hem müşterinin hem de yapay zekâ sistemlerinin en çok başvurduğu kaynak türüdür. "Bu ürünün metrekaresarfiyatı nedir?" sorusuna sitede cevap yoksa, o cevabı veren rakip site kaynak gösterilir. Bu, sektöre özgü en büyük kaçırılan fırsattır.

ÖNERİ: Ürün sayfalarına teknik özellik tablosu bileşeni eklenmesi ve teknik föy (TDS) indirme merkezinin kurulması.

3.5. Marka Kimliği Netliği ve Kılavuz Dosyalar – EKSİK

MEVCUT DURUM: Firma kimliğini makine tarafından okunabilir biçimde bildiren bir yapı ve yapay zekâ sistemlerine sitenin yapısını tanıtan llms.txt dosyası bulunmamaktadır.

ÖNERİ: Tutarlı marka kimliği işaretlerinin (aynı firma adı, adres, telefon) yapılandırılmış veriyle bildirilmesi ve llms.txt dosyasının oluşturulması.

Bu başlık, rakiplerin henüz büyük ölçüde geride olduğu, erken hareket edenin uzun vadeli avantaj sağlayacağı bir alandır.

6. SİSTEM HIZI VE PERFORMANS

4.1. Sunucu Tarafı – OLUMLU

MEVCUT DURUM: Ortalama sunucu yanıt süresi (ilk bayt) **0,40 saniyedir**. Metin sıkıştırması (Brotli) aktiftir; 119 KB'lık ana sayfa HTML'i 29 KB olarak aktarılmaktadır. Tarayıcı ön bellek süreleri ve güvenlik başlıkları tanımlıdır.

NEDEN ÖNEMLİ: Sunucu tarafı hazır durumdadır. Hız sorunu tamamen içerik ağırlığından kaynaklanmaktadır – bu da düzeltilmesi en kolay sorun türüdür.

4.2. Ana Sayfa Ağırlığı – KRİTİK

Kalem	Ölçülen	Sektör hedefi
Toplam istek sayısı	70	25 civarı



Toplam aktarım	14,4 MB	1,5 MB altı
– Görseller	14,0 MB	–
– JavaScript	237 KB	–
– CSS	85 KB	–
– HTML	119 KB	–

MEVCUT DURUM: Ana sayfa 70 istekte toplam 14,4 MB veri indirmektedir; kurumsal bir ana sayfa için sektör hedefi 1,5 MB altıdır. Site bu hedefin yaklaşık **10 katı** ağırlıktadır.

NEDEN ÖNEMLİ: Mobil bağlantıda bu ağırlıktaki bir sayfa çoğu kullanıcı için pratikte açılmaz. Ziyaretçi sayfa yüklenmeden ayrılır. Google da sayfa hızını doğrudan bir sıralama unsuru olarak kullanmaktadır.

4.3. İki Görsel Tek Başına 9,6 MB

MEVCUT DURUM: yalitim.webp (**5,2 MB**, 8000 x 3792 piksel) ve ornek.webp (**4,5 MB**, 8000 x 3792 piksel) arka plan görselleri ana sayfa ağırlığının üçte ikisini oluşturmaktadır. Bu görseller ekranda en fazla 1920 piksel genişliğinde gösterilmektedir.

ÖNERİ: Doğru boyutlandırma ile her biri 200–300 KB seviyesine indirilebilir. Tek başına bu işlem sayfa ağırlığının %65'ini ortadan kaldırır ve en yüksek getirili tek performans adımıdır.

4.4. Sunucudaki Toplam Görsel Yüğü

MEVCUT DURUM: Sunucuda **1.956 görsel**, toplam **1,2 GB** yer kaplamaktadır. Bunların 128'i 2 MB'ın üzerindedir ve tek başına 690 MB tutmaktadır. En büyük tek görsel 25,2 MB'dır. Yönetim panelinden yüklenen görseller küçültülmeden saklanmaktadır.

ÖNERİ: Mevcut görsellerin toplu optimizasyonu ve yönetim paneline otomatik görsel küçültme özelliğinin eklenmesi. Aksi halde sorun her yeni yüklemede yeniden oluşacaktır.

4.5. Dosya Sayısı, Boyut Bildirimi ve Favicon

MEVCUT DURUM: Her sayfa **24 ayrı CSS** ve **25 ayrı JavaScript** dosyası yüklemektedir. Görsellerde genişlik/yükseklik bildirimi bulunmamaktadır; sayfa yüklenirken içerik yerinden oynamaktadır. /favicon.ico adresi boştur (404).

NEDEN ÖNEMLİ: Google'ın Layout Shift (düzen kayması) ölçütü doğrudan olumsuz etkilenmektedir; kullanıcı okumaya çalıştığı metnin kayması nedeniyle yanlış yere tıklamaktadır.

ÖNERİ: Dosyaların birleştirilmesi (49 dosya 4–6 dosyaya indirilebilir), tüm görsellere boyut bildirimi eklenmesi, ekran boyutuna göre görsel sunumu ve marka simgesinin tamamlanması.

7. KULLANICI DENEYİMİ (UX)



5.1. On Sayfa Sunucu Hatası Vermektedir – ÖNCELİKLİ

MEVCUT DURUM: Aşağıdaki sayfalar 1 Eylül 2026 itibarıyla HTTP 500 ziyaretçiye açılmamaktadır. Yinelenen adres yapısı nedeniyle bu 10 sayfa toplam 12 farklı adreste açılmamaktadır.

NEDEN ÖNEMLİ: Fotoğraf galerisi içeren her sayfa bu hatayı vermektedir. Aralarında ana menüde yer alan bir bölüm ve altı ürün sayfası bulunmaktadır. Ziyaretçi boş bir sayfayla karşılaşmakta, Google bu sayfaları indeksten düşürmektedir.

ÖNERİ: Sebep, görsel galerisi bileşeninin çağırdığı bir kaynak dosyanın sunucuda bulunmamasıdır. Bileşenin yeniden yazılması gerekmektedir. Bu kalem, diğer tüm çalışmalardan bağımsız olarak ilk sırada ele alınmalıdır.

Açılmayan adres	Not
/dogal-tas-kaplama/2	ANA MENÜ ÖĞESİ
/fotograflar/9	Fotoğraf galerisi
/referanslar/17	Referanslar
/silikonlu-mat-ic-cephe-boyasi-20kg/44	Ürün sayfası
/endustriyel-zemin-boyasi-2k/104	Ürün sayfası
/endustriyel-yol-cizgi-boyasi/106	Ürün sayfası
/epoksi-astar/120	Ürün sayfası
/epoksi-zemin-boyasi/121	Ürün sayfası
/epoksi-zemin-kaplamasi/122	Ürün sayfası
/poliuretan-kaplama-400-elastik-uv-dayanimli/132	Ürün sayfası

5.2. Ana Sayfa Tanıtım Videosu Çalışmamaktadır – ÖNCELİKLİ

MEVCUT DURUM: Ana sayfanın en üst bölümünde 966 piksel yüksekliğinde bir video alanı tanımlıdır, ancak videonun kaynak dosyaları sunucuda bulunmamaktadır (video1.mp4 ve ornek_mobil.mp4 adresleri 404 dönmektedir).

NEDEN ÖNEMLİ: Ziyaretçiyi karşılayan ilk ekran boş bir blok olarak açılmaktadır. İlk izlenim, sitenin en yüksek etkili tek unsurudur.

ÖNERİ: Video dosyalarının hosting yedeğinden geri getirilmesi; bulunamaması halinde optimize edilmiş bir görsel çözümle değiştirilmesi.

5.3. Marka Görseli ve İletişim

MEVCUT DURUM: Logo dosyası sunucuda bulunmadığı için üst menüde logo yerine düz metin görünmektedir. Buna karşılık tıkla-ara ve WhatsApp bağlantıları mevcut ve doğru çalışmaktadır.

ÖNERİ: Logo ve alt bilgi logosunun tamamlanması.

5.4. İletişim Formu



MEVCUT DURUM: Form 5 alandan oluşmaktadır (ad soyad, e-posta, telefon, konu, mesaj). Alanlarda zorunluluk işareti ve anlık doğrulama bulunmamaktadır; kullanıcı eksik bilgiyle gönderdiğinde geri bildirim alamamaktadır. Ayrıca formda teklif talebine yönelik alan (ürün seçimi, metrekare, uygulama yeri) yer almamaktadır.

NEDEN ÖNEMLİ: Gelen taleplerin niteliği düşmekte, satış ekibi her talep için ayrıca bilgi toplamak zorunda kalmaktadır.

ÖNERİ: Anlık doğrulamalı, teklif talebine uygun alanlar içeren bir form yapısına geçilmesi.

5.5. Çerez Bildirimi ve Yasal Metinler

MEVCUT DURUM: Sitede çerez onay bandı bulunmamaktadır. İletişim formu kişisel veri toplamakta ancak aydınlatma metni yer almamaktadır.

ÖNERİ: KVKK aydınlatma metni, gizlilik ve çerez politikası sayfalarının hazırlanması ve çerez onay bandının eklenmesi.

8. TASARIM MODERNLEŞTİRME

6.1. Kullanılan Altyapı

Bileşen	Mevcut sürüm	Değerlendirme
Arayüz teması	Hazır şablon, 2022	Genel amaçlı iç mimari şablonu
Bootstrap	5.0.0-beta3 (2021)	Beta sürüm – canlı sitede risk
jQuery	3.6.0 (2021)	Güncellenebilir

Bir arayüz kütüphanesinin **beta** sürümünün canlı sitede kullanılması teknik bir risktir; beta sürümler bilinen hataları içerir ve güncel tarayıcı davranışlarıyla uyumsuzluk gösterebilir.

6.2. Sektöre Özgü İhtiyaçlar

Kullanılan tema genel amaçlı bir iç mimari şablonudur. Yapı kimyasalları sektörüne özgü şu ihtiyaçlar karşılanmamıştır:

- Ürün sayfalarında teknik özellik tablosu yok
- Ambalaj / sarfiyat / uygulama alanı bilgisi görselleştirilmemiş
- Uygulama öncesi-sonrası karşılaştırması yok
- Sertifika ve belge vitrini yok
- Renk kartelası ürün sayfalarıyla ilişkilendirilmemiş

6.3. Bakım Kolaylığı

MEVCUT DURUM: Sayfalarda 11 ile 50 arasında satır içi stil tanımı bulunmaktadır.



NEDEN ÖNEMLİ: Tasarımın merkezî olarak yönetilmesi zorlaşmakta; ileride yapılacak her değişiklik sayfa sayfa müdahale gerektirmektedir.

ÖNERİ: Satır içi stillerin merkezî bir tasarım sistemine taşınması.

6.4. Modernleştirme Yaklaşımı

Sitenin sıfırdan yeniden yazılması gerekmemektedir. Mevcut yapı ve marka kimliği korunarak aşamalı bir yenileme önerilmektedir: güncel ve kararlı arayüz sürümüne geçiş, kurumsal renk ve tipografi sisteminin tanımlanması, ürün sayfası şablonunun sektöre uygun yeniden tasarımı, mobil öncelikli düzen revizyonu ve erişilebilirlik düzeltmeleri.

Amaç, ziyaretçide ilk saniyede güven ve "kurumsal bir üreticiyle çalışıyorum" hissi uyandırmaktır – ki bu, doğrudan teklif talebi dönüşümünü etkiler.

9. EKSİK SAYFALAR VE İÇERİK BOŞLUKLARI

Mevcut 74 sayfalık envanter incelendiğinde, hem mevzuat hem ticari güven hem de arama görünürlüğü açısından tamamlanması gereken sayfalar tespit edilmiştir.

Yasal zorunluluk

- KVKK Aydınlatma Metni
- Gizlilik Politikası
- Çerez Politikası ve çerez onay bandı
- Güvenlik Bilgi Formları (SDS) – kimyasal ürünler için mevzuat gereği bulundurulması gereken belgeler

Ticari güven

- Belgeler ve Sertifikalar (TSE, CE, ISO) – menüde "Belgeler" başlığı tanımlı ancak **kapalı durumdadır**
- Teknik Ürün Föyleri (TDS) indirme merkezi – sitede şu anda **tek bir PDF dosyası dahi bulunmamaktadır**
- E-katalog
- Vaka çalışmaları / uygulama referans detayları – Referanslar sayfası 294 kelimedir, yalnızca logo listesi içermektedir

Dönüşüm

- Teklif İste / Fiyat Talep formu
- Bayi ve satış noktası bulucu (harita destekli)
- Bayilik başvuru formu – mevcut sayfa 298 kelime, form içermiyor
- Kariyer sayfası – veritabanında insan kaynakları tablosu mevcut, sayfa bulunmuyor

İçerik ve yapay zekâ görünürlüğü

- Sıkça Sorulan Sorular – AEO için en değerli sayfa türü
- Ürün seçim rehberi ("hangi ürün nerede kullanılır")



- Sarfiyat / metrekare hesaplama aracı
- Adım adım uygulama rehberleri
- Terimler sözlüğü (su yalıtımı, epoksi, astar, primer vb.)
- Ürün karşılaştırma tablosu

İçerik derinliği ölçümü

Ölçüt	Değer
Ortanca sayfa uzunluğu	484 kelime
300 kelimenin altında	10 sayfa
600 kelimenin üzerinde	68 sayfa

Ürün sayfaları teknik veri içermediği için hem arama motorlarında hem de yapay zekâ cevaplarında rakiplerin gerisinde kalmaktadır.

10. SEKTÖR KARŞILAŞTIRMASI

Bu bölüm, Örnek Firma'nın faaliyet alanı – yapı kimyasalları üretimi ve bayilik ağı üzerinden satış – dikkate alınarak hazırlanmıştır. Sektörün önde gelen üretici siteleri (Ulusal Üretici A, Ulusal Üretici B, Ulusal Üretici C, Uluslararası Marka D, Uluslararası Marka E) incelenmiş; bu sitelerde standart hâle gelmiş ancak Örnek Firma'te bulunmayan yapılar aşağıda sıralanmıştır.

Not: Örnek Firma bayilik ağı üzerinden satış yapmaktadır ve sitede çevrimiçi satış bulunmamaktadır. Bu nedenle e-ticaret altyapısı **önerilmemektedir**; aşağıdaki öneriler tamamen bilgilendirme, teknik destek ve talep toplama odaklıdır.

8.1. Sistem Çözümleri ve Şartname Metinleri

MEVCUT DURUM: Site ürün bazlı kurgulanmıştır: ziyaretçi hangi ürünü arayacağını önceden bilmek zorundadır. Uygulama alanı sayfaları (teras, çatı, zemin, havuz, su deposu) mevcuttur ancak bunlar bir "sistem" olarak kurgulanmamıştır – hangi ürünün hangi sırayla, hangi sarfiyatla uygulanacağı belirtilmemektedir.

NEDEN ÖNEMLİ: Sektörün önde gelen sitelerinin ana kurgusu problem bazlıdır: ziyaretçi "terasım su alıyor" diye gelir, siteye "Teras Su Yalıtım Sistemi" sayfasında astar → yalıtım katmanı → koruyucu sıralamasıyla çözüm sunulur. Bu yapı hem satışı hem de yapay zekâ görünürlüğünü doğrudan artırır; çünkü yapay zekâyâ sorulan sorular da problem biçimindedir.

ÖNERİ: Uygulama alanı sayfalarının **sistem çözümü** sayfalarına dönüştürülmesi: her sistem için katman şeması, ürün sıralaması, sarfiyat ve uygulama adımları. Ayrıca mimar, müteahhit ve proje ofisleri için



şartnameye doğrudan yazılabilecek hazır teknik metinlerin indirilebilir biçimde sunulması – bu, büyük projelerde ürünün şartnameye girmesini sağlayan en etkili araçtır ve B2B satışta en güçlü kaldıraçtır.

8.2. Dijital Renk Kartelası

MEVCUT DURUM: Sitede bir "Renklendirme" sayfası bulunmaktadır ancak renkler ürünlerle ilişkilendirilmemiştir. Ziyaretçi bir rengi beğendiğinde bu rengin hangi üründe, hangi ambalajda mevcut olduğunu öğrenememektedir.

NEDEN ÖNEMLİ: Boya üreticisi sitelerinde dijital renk kartelası standart bir bileşendir (Filli Boya, Dyo, Marshall). Renk seçimi, boya alımında kararın verildiği andır; bu anı siteye taşımak hem ziyaret süresini hem de bayiye giden nitelikli talebi artırır.

ÖNERİ: Renk kartelasının aranabilir ve filtrelenebilir bir modüle dönüştürülmesi; her rengin ilgili ürün sayfasına bağlanması ve seçilen rengin bayiden talep edilmesini sağlayan bir bağlantı akışı kurulması.

8.3. Referans Projeler Haritası ve Teknik Danışma

MEVCUT DURUM: Referanslar sayfası 294 kelimedenden oluşmakta ve yalnızca logo listesi içermektedir. Sitede ayrıca ürün seçimi konusunda uzman desteği isteyen ziyaretçiler için bir kanal bulunmamaktadır.

NEDEN ÖNEMLİ: Yapı kimyasallarında satın alma kararı güvene dayanır; "bu ürün nerede, hangi ölçekte kullanıldı" sorusunun görünür cevabı, logo listesinden kat kat etkilidir. Ayrıca ziyaretçilerin önemli bölümü hangi ürünü kullanacağını bilmemektedir – bu soruyu soracak bir kanal yoksa ziyaretçi siteden ayrılır.

ÖNERİ: Yapılan işlerin Türkiye haritası üzerinde il/proje türü filtreli olarak sunulması ve her referansın vaka çalışması sayfasına bağlanması. Ayrıca "hangi ürünü kullanmalıyım" sorusu için uygulama alanı, yüzey türü ve metrekare bilgisi toplayan bir **teknik danışma talep formu** kurulması.

11. ÖLÇÜMLEME ALTYAPISI

MEVCUT DURUM: Sitede hiçbir ölçümleme veya doğrulama aracı kurulu değildir.

NEDEN ÖNEMLİ: Bugün siteye kaç kişi geliyor, hangi aramadan geliyor, hangi sayfada ayrılıyor, kaç kişi form dolduruyor – bunların hiçbiri bilinmemektedir. Bu, yapılacak geliştirmelerin etkisinin de ölçülememesi anlamına gelir.

ÖNERİ: Ölçümleme kurulumunun, diğer tüm çalışmalardan önce yapılması. Bu sayede yapılan her iyileştirmenin getirisi rakamla gösterilebilir.

Araç	Durum
Google Analytics 4	yok
Google Tag Manager	yok
Google Search Console	doğrulama etiketi yok
Bing Webmaster Tools	yok



İsı haritası / kayıt aracı	yok
Dönüşüm takibi	yok

12. GÜVENLİK VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Müşterinin özellikle talep etmediği ancak profesyonel sorumluluk gereği rapora eklenmesi gereken teknik başlıklardır.

10.1. Tamamlanmış Güvenlik Çalışmaları

Ağustos 2026'da site üzerinde kapsamlı bir güvenlik sertleştirilmesi gerçekleştirilmiştir:

- Yönetim paneli girişi ve veri sorguları güvenli yazılım standardına (parametrelili/hazır ifadeli sorgular) taşınmıştır.
- Yönetici parolaları modern şifreleme yöntemine (bcrypt) yükseltilmiştir.
- Dosya yükleme uzantı denetimi ve yükleme dizininde kod çalıştırma engeli getirilmiştir.
- Güvenlik başlıkları (HSTS, X-Frame-Options, X-Content-Type-Options, Referrer-Policy, Permissions-Policy) tanımlanmıştır.
- Oturum güvenliği güçlendirilmiş, izin listeleme kapatılmıştır.
- PHP sürümü desteklenen güncel sürüme yükseltilmiştir.

Bu çalışmaların sonucu bu inceleme sırasında doğrulanmıştır: güvenlik başlıklarının tamamı aktiftir ve sitede aktif bir zararlı yazılım izine **rastlanmamıştır**.

10.2. Tamamlanması Önerilen Kalemler

- Form gönderimlerinde CSRF (sahte istek) koruması eklenmesi.
- E-posta gönderim kütüphanesinin güncel sürüme yükseltilmesi (mevcut sürüm 2016 tarihli bilinen açıklar içermektedir).
- Kullanılmayan ikinci yönetim panelinin kaldırılması – saldırı yüzeyinin daraltılması.
- Form güvenlik doğrulama anahtarlarının yenilenmesi.

10.3. Otomatik Yedekleme ve İzleme

Site dosyaları ve veritabanı için düzenli, otomatik ve sunucu dışında saklanan bir yedekleme sisteminin kurulması önerilmektedir. Ağustos ayındaki çalışmalar sırasında bazı görsel ve video dosyalarının sunucuda bulunmadığı tespit edilmiştir; düzenli yedekleme bu tür kayıpları önler. Ayrıca çalışma süresi (uptime) izleme, hata takibi ve düzenli güvenlik denetimi önerilmektedir.



13. ÖZET: NEDEN ŞİMDİ?

Örnek Firma, geniş ürün ağacı, sektörel içerik üretimi ve sağlam teknik altyapısı ile iyi bir başlangıç noktasına sahiptir. Sunucu hızlıdır, sıkıştırma aktiftir, içerik yapay zekâ sistemleri tarafından okunabilir durumdadır ve güvenlik sertleştirilmesi tamamlanmıştır. Bunlar, çoğu sitede en zor sağlanan koşullardır ve burada hazırdır.

Eksik olan, bu hazır temelin üzerine kurulacak **tanıtım katmanıdır**: sayfaların kendini arama motoruna ve yapay zekâya doğru tanıtması, teknik verinin paylaşılması, sayfa ağırlığının makul seviyeye indirilmesi ve sonuçların ölçülebilir hâle getirilmesi.

Üç neden ertelenmemesini gerektiriyor

- Şu anda **10 sayfa açılmamaktadır** ve bunlardan biri ana menüdedir. Her geçen gün bu sayfalar arama sonuçlarındaki yerlerini kaybetmektedir.
- **Yapay zekâ arama görünürlüğü**, rakiplerin henüz büyük ölçüde geride olduğu bir alandır. Erken hareket eden kalıcı avantaj sağlamaktadır; bu pencere her geçen ay daralmaktadır.
- **Ölçümleme kurulu olmadığı için** bugün kaybedilen fırsatın büyüklüğü dahi bilinmemektedir. Kurulum yapıldığı andan itibaren her iyileştirmenin getirisi rakamla gösterilebilir hâle gelecektir.

Ulaşılabilecek ölçülebilir hedefler

Arama motoru sıralamaları rekabet koşullarına bağlı olduğundan sıralama garantisi verilemez; ancak aşağıdaki teknik hedefler ölçülebilir ve taahhüt edilebilir niteliktedir.

Ölçüt	Bugün	Hedef
Ana sayfa ağırlığı	14,4 MB	1,5 MB altı
Sayfa istek sayısı	70	25 civarı
Açılmayan sayfa sayısı	10	0
Özgün başlığı olan sayfa	59/74	74/74
H1 başlığı olan sayfa	0/74	74/74
Yapılandırılmış veri	0 sayfa	tüm sayfalar
Görsel açıklama metni	%8	%100
Çalışan site haritası	yok	otomatik güncellenen
Ölçümleme altyapısı	yok	tam kurulum

Bu iyileşmelerin arama görünürlüğüne yansması genellikle **8-12 hafta** içinde gözlemlenir. Önerilen çalışmalar; daha fazla organik ziyaretçi, daha nitelikli teklif talepleri, bayi ağına güçlü bir dijital vitrin ve yeni nesil yapay zekâ aramalarında görünürlük olarak geri dönecektir.

Bu rapor, ornekfirma.com.tr üzerinde 29 Ağustos 2026 tarihinde yapılan kapsamlı teknik tarama ve 1 Eylül 2026 tarihinde yapılan doğrulama ölçümlerine dayanmaktadır. Rapordaki tüm sayısal değerler canlı site üzerinden ölçülmüştür.



Bu çalışmanın özeti ve kazanımları: <https://temelbilisim.com/up/ornek.html>

Yukarıdaki adreste bu çalışmanın size sağlayacağı kazanımlar özet hâlinde sunulmakta ve sayfa altındaki formdan doğrudan bize ulaşabilmektesiniz.