

App Store SEO Rehberi



İçindekiler

BAŞLANGIÇ

APP STORE SEO NEDEN GEREKLİDİR?

İNSANLAR UYGULAMALARI NASIL BULUYOR?

APP STORE SEO NASIL YAPILIR ?

ON-METADATA
OFF-METADATA

GOOGLE PLAY VS APPLE STORE

APP STORE SEO ARAÇLARI

SONUÇ

Merhabalar Türkiye 'nin ilk **App Store SEO Rehberi** ile sizlerle. Bu rehberde web optimizasyonu ve uygulama marketleri optimizasyonu arasındaki farkları bulabileceksiniz. Uygulama marketi optimizasyonu ve web optimizasyonu arasındaki benzerlik ve farklara bakacağız. Uygulama marketlerinin bugün gelinen noktada ne derecede geliştiği ve nasıl bir hızla gelişmeye devam ettiğini inceleyerek App Store SEO 'nun neden gerekli olduğundan, kriterlerinden, detaylarından ve kullanılan araçlardan bahsedeceğiz.

Akıllı telefonların ve tablet bilgisayarların yayılması, her bütçeye uygun hale gelmesiyle uygulama marketlerindeki rekabette günden güne kızışıyor. Google ve Apple sektöre ve piyasaya egemen iki dev olarak ürettikleri işletim sistemlerini ve cihazlarını insanların daha çok kullanması için yarış içindeler. Bu yarış doğal olarak **Google Play ve Apple Store** içinde uygulamalar arasında da yaşanıyor. Aynı hizmeti veren, aynı problemi çözen ve benzer fonksiyonlara sahip yüzlerce hatta binlerce uygulama geliştiriliyor. Tüm bu gelişim ve etkenler uygulama marketleri ekosisteminin webe göre daha hızlı büyümesini, her geçen gün reklam ve bütçe olarak daha büyük bir potansiyel güce dönüşmesini sağlıyor. Ve tüm bu uygulamaları geliştiren firmalar ya da şahıslar kendi uygulamalarının daha çok indirilmesini, daha fazla göz önünde olmasını istiyorlar. Bu rekabetten beslenen ve ortaya çıkan, uygulama geliştiriciler için ön sıraları vaat eden kavram ise [App Store SEO \(ASO\)](#) yani Uygulama Marketi Optimizasyonu olarak karşımıza çıkıyor.

App Store SEO neden gerekli ?

Apple 2008 yılında Apple Store ile uygulama marketi ekosisteminin temellerini atmış ilerleyen yıllarda oyuna Google'ın da katılması ile bu ekosistem ivme kazanarak çok hızlı şekilde gelişim göstermiştir. Uygulamaların pazarlamasında, daha iyi sonuçlar elde edilmesinde *app store seo* gerekli çünkü :

- İnsanlar %63 oranında arama yaparak uygulamalara erişiyor.
- Uygulamalar doğru arama kriterlerine ve iyi sonuçlara göre sıralanıyor.
- Web ve uygulama ekosistemi ayrılmış ve marketler başlı başına bir ekosistem olmuş durumdadır.
- Geliştiricilerin bu durumun farkına vararak uygulamaları için optimizasyona yönelmesi rekabeti daha da artırıyor.

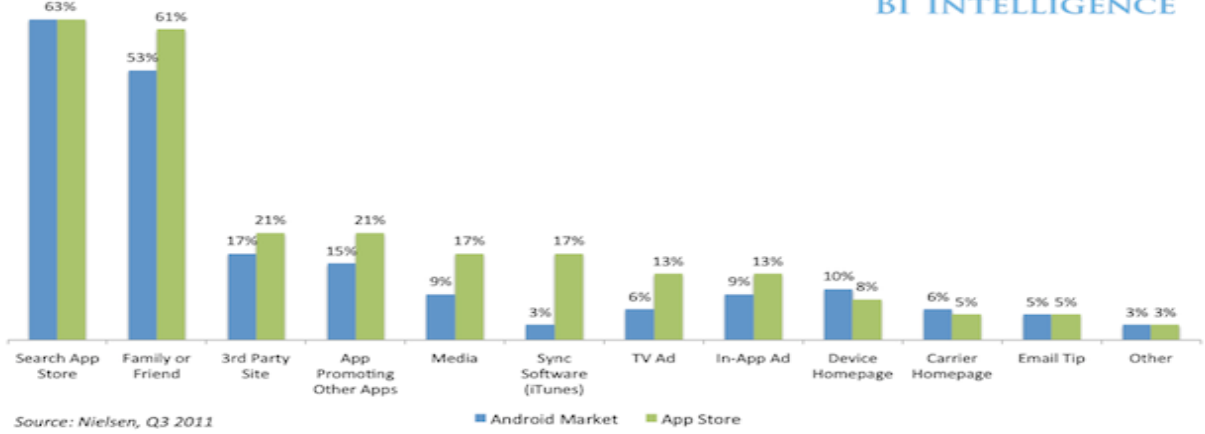
İnsanlar uygulamaları nasıl buluyor?

Akıllı telefon ve tablet kullanıcıları üzerinden yapılan bir araştırma ile insanların yükledikleri uygulamalara hangi yollardan eriştiği, nasıl buldukları bir araştırma konusu oldu. Nielsen ve Forrester 'in gerçekleştirdiği araştırma sonuçlarına baktığımızda uygulama marketleri için seo çalışmalarının gerekliliğini daha net görebiliyoruz.

App Discovery

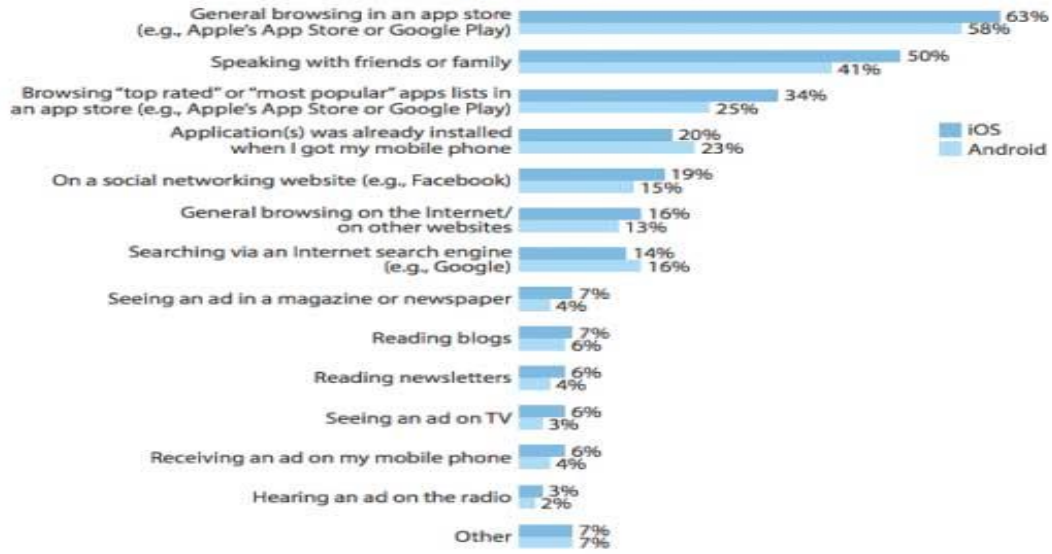
(How do application downloads discover new apps?)

BI INTELLIGENCE



Grafiğe baktığımızda insanların uygulamalara çoğunlukla market içinde arama yaparak ulaştıklarını görüyoruz. Aynı sonucu Forrester'ın yayınlamış olduğu araştırma sonuçlarında da görüyoruz.

"Thinking about the applications that you have downloaded and now use on your mobile phone, how did you initially learn about those applications?"



Source: European Technographics* Consumer Technology Online Survey, Q4 2012
89541

Source: Forrester Research, Inc.

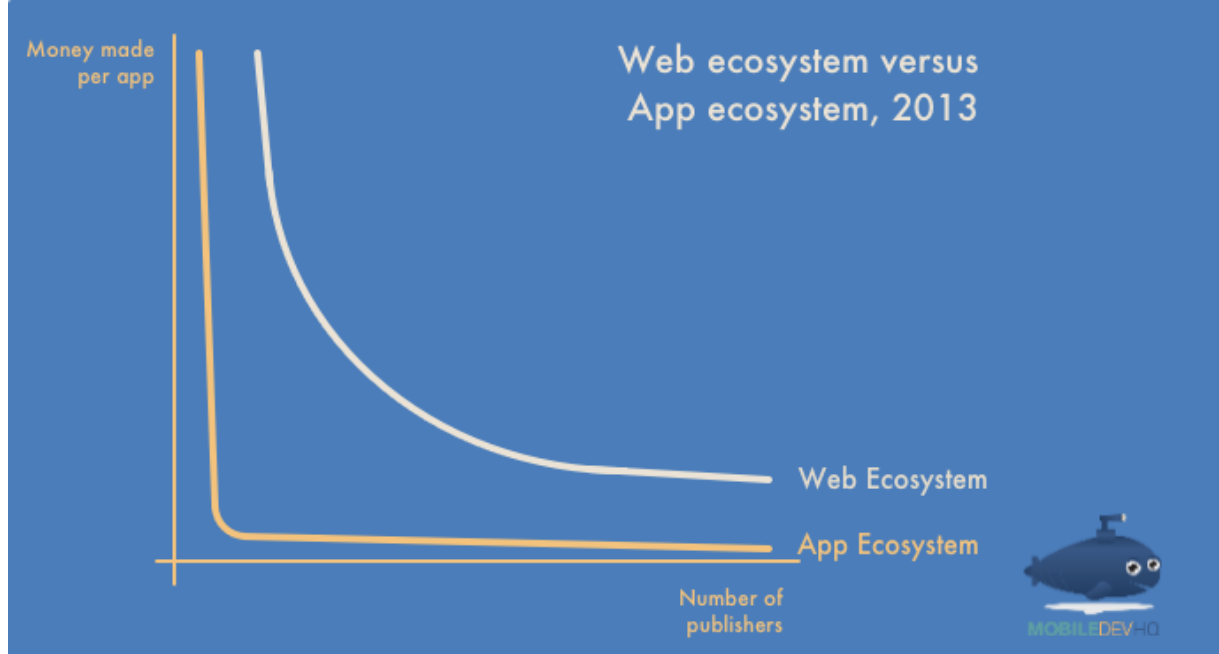
Tekrar bir değerlendirme yaptığımızda ne kadar ilk bakışta aynı görünse de Web/Online Pazarlama ve Uygulama Pazarlama platformları ve yöntemleri gereği farklılıklar gösteriyor. Web pazarlama hakkında bildiklerimizi unutmadan uygulama pazarlama hakkında da ek bilgileri edinmemiz ve yeni beceriler geliştirmemiz gerekiyor.

Uygulama ekosistemi günümüzde iki devin yarışı olarak büyümesini sürdürüyor. Apple Store ve Google Play. Uygulama pazarlamaya başlarken bu iki marketin birbirlerine olan benzerliklerini ve farklılıklarını, sistemlerini incelemek ve öğrenmek gerekiyor. Uygulama marketleri üzerinde **seo** (App Store SEO – ASO) çalışmaları yaparken bunları gözetmek ve detaylarına hâkim olmak gerekiyor. Örneğin bir internet sitesi için arama motoru optimizasyonu çalışması yaparken "Author Link" kavramı önemlidir. Ancak uygulama marketlerine baktığımızda bu durum aynı değildir.

Uygulama marketlerinde **seo** çalışmalarında olmazsa olmaz hale gelen anahtar kelimelerde almak, link inşası sağlamak ne yazık ki etkisiz kalıyor. Web 'de olduğu kadar etkili olmuyor.

Milyonlarca uygulama arasında uygulamamızın bulunabilirliğini ve görünürlüğünü artırabilmek için özel bir çalışmaya yer vermemiz ve marketlerin kendilerine has işleyişlerine göre çalışmalarını desteklememiz gerekiyor.

2013 verilerine göre Web Ekosistemi ve Uygulama Ekosistemi büyüme-kazanç eğrisi grafiği:



App Store SEO Nasıl Yapılır ?

Uygulama marketleri içinde seo çalışmaları nasıl yapılır. Adımları nelerdir şimdi bu detaylara bakalım. Arama motorları için kullandığımız yöntemlere göre farklılıklar nelerdir, etkin yöntemler nelerdir bunlara bakacağız. Bir web sitesi için arama motoru optimizasyonu çalışmalarından bildiğimiz site içi (on-site) ve site dışı (off-site) çalışmalar uygulama marketleri içinde On-Metadate (market içi) ve Off-Metadate (market dışı) olarak tanımlanmaktadır.

On-Meta tamamen bizim kontrolümüzdedir. Off-Meta ise bizim kontrolümüz dışında da gelişen ve değişim gösteren dışardan etkileri temsil ediyor. Off-Meta kullanıcıların uygulamamıza dönük davranış ve tutumlarını, geri bildirimlerini dikkate alır. Şimdi On-Meta ve Off-Meta altında kriterleri açıklayarak *app store seo* da biraz daha derinlere inelim.

On-Metadate

Uygulama Başlığı

Marketlerde **seo** çalışması yaparken tıpkı bir web sitesinde olduğu gibi uygulamalar içinde en önemli etkenlerden biri başlıktır. Uygulamamızın ismi ile birlikte başlıkta yer alacak tanımlamayı özenle ve dikkatle belirlemeli, hedefimize yönelik bir başlık oluşturmalıyız. Uygulamanın işlevini ve ne işe yaradığını, ne yaptığını belirten sözcüklere başlıkta yer vermeye çalışmalıyız.

Örneğin : <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.maqisto>

Açıklama

Akıllı telefonunuz varsa ve marketlerden uygulama indiriyorsanız, indirdiğiniz uygulamanın açıklama satırlarına bakmanızı öneririm. İki kat olarak görünen açıklama satırlarında birinci kat daha çok uygulamaya ait anahtar kelimeler ile bezeli birkaç cümleden oluşurken ikinci katta uygulamaların fark yaratan özellikleri, dikkat çeken fonksiyonlarına yer verilmektedir.

Anahtar Kelime Alanı

Anahtar kelime konusunda Google Play ve Apple Store farklılık gösteriyor. Apple Store bizlere yüz karakterlik bir anahtar kelime alanı veriyor. Bu alan markette uygulamamızın konumlandırılması açısından oldukça önemlidir.

Anahtar kelime alanını doldururken dikkat edilmesi gereken noktalar:

- Uygulama ile seçilen anahtar kelimelerin alaka düzeylerine dikkat edilmelidir. Ayrıca kullanılacak anahtar kelimelerin rekabet durumları ve arama hacimleri de değerlendirilmelidir. (Apple Store üzerinde Long-Tail arama ifadeleri yararlı olmayabiliyor çünkü Apple bunları birleştirmeye gidebiliyor. Bu da anlamsız ifadelerin doğmasına sebep oluyor.)
- Başlıkta kullanılan kelimeler yüz karakterlik anahtar kelime alanına girilmemelidir.
- Uygulamaya yönelik farklı sözcükler ile bu alan daha iyi değerlendirilmelidir.
- Anahtar kelimeler arasında virgül kullanılmalı ve virgülden sonra boşluk bırakılmamalıdır.

Uygulama Simgesi / İkonu

Kullanacağımız bir uygulamanın ya da aradığımız bir fonksiyona sahip uygulamaların ilk gördüğümüz ve bizi kendine çeken yanı uygulamanın sahip olduğu ikonudur. Uygulamalarınız için belirleyeceğimiz ikonun güncel web yeniliklerine uygun, basit ve sade bir ikon tasarlayabilirsiniz uygulamaya artı değer katacaktır. Çünkü ikonlar, simgeler uygulamalar için en akılda kalıcı nesnelere sahiptir.

Ekran Görüntüleri

Uygulama sayfasına uygulamanızın kullanımına dair, özelliklerini ve farklarını yansıtabilecek ekran görüntüleri eklemeniz ve bunları kısa bir video ile de desteklemeniz son kullanıcı tarafında uygulamanız için güven ve sempati oluşturacaktır. Reklam, promosyon yazı vb. içeriğe sahip ekran görüntüleri eklemekten kaçınmalısınız. Böyle bir durumda olumsuz görüşler ve önyargıları engellenmeye fırsat kalmayabilir. Ziyaret edenlerin uygulamanızı merak etmesi için ekran görüntülerinde tasarım çeşitliliği ve "uygulamayı indirip denemeliyim" dedirtecek içerik ve görselleri seçmelisiniz.

Off-Metadeta

Uygulama Derecesi (Ranking)

Marketlerde kullanıcılar tarafından yorum ve oylamalarla oluşan her uygulamaya ait bir derecelendirme sistemi vardır. Beş yıldız üzerinden çalışan bu değer kullanıcıların uygulamaya verdiği puanla oluşuyor. Amacımız uygulamanızın işlevleri ve sunumu ile olumlu oy almayı sağlamak olmalıdır. **Olumlu oylar** sonucu oluşan yüksek bir derecelendirme sayesinde yeni ziyaretçileri uygulamayı indirmeye teşvik etmiş olacağız. Ayrıca uygulamanızın aldığı oy/skor marketteki rakipleriniz içinde sıralamanızı doğru etkilemektedir.

Yorumlar

Unutmamız gereken bir şey var. Bizim uygulamamızla aynı ya da benzer işleve sahip markette onlarca uygulama olabilir. Rakiplerimizin arasından sıyrılabilmemiz için kullanıcı deneyimine önem vermeli ve olumlu geri dönüşleri ile uygulamamızın marketteki görünürlüğünü artırmalıyız. Gelecek her yeni olumlu yorum ve yüksek derecelendirme markette konumunuz için en değerli etkidir.

Google Play vs Apple Store

Başlangıçta kısaca bahsettiğimiz üzere Play Market ve Apple Store arasında farklılıklar bulunmaktadır. İlk gözümüze çarpan farklılık ise anahtar kelime ve açıklama alanları olarak görülmektedir. Apple Store geliştiricilere uygulamalarını etiketleyebilecekleri yüz karakter sınırlamalı bir anahtar kelime (keywords) alanı sunuyor. Play Markette ise geliştiriciler yalnızca açıklama satırı girebiliyorlar.

Google'ın eline olan **arama motoru altyapısı** ve PageRank faktörü de Play üzerinde etki oluşturmaktadır. Ayrıca Google Play uygulama sayfalarının ayrıntılarında bağlantılar paylaşılabilir. Bu da Google'ın farklı sitelerden uygulamalarınıza gelecek **bağlantıları/yönlendirmeleri** göz ardı etmeyeceğini gösteriyor.

App Store Optimizasyonunda (ASO) Kullanılabilecek Araçlar

Uygulama marketleri optimizasyonu konusunda tüm detayları açıkladıktan sonra şimdi kısaca internette yer alan ücretli ve ücretsiz yardımcı araçlardan, yazılımlardan bahsedeceğiz.

[Apptamin](#)

Bu araç ile uygulamalarınızın nasıl çalıştığını kullanıcılarınıza gösterebilmeniz için profesyonel videolar hazırlayabiliyorsunuz.

[Flurry](#)

Analiz araçlarından. Mobil uygulamaların analizini ve büyük verilerle desteklenmiş reklam içeriklerini, kampanyaları sunmaktadır. Ürün ve kampanyaları ile hedef kitlenize erişebileceğinizi vaat ediyor.

[MobileDevHQ](#)

Marketler içinde anahtar kelime analizi, anahtar kelime araştırması yapmak uygulama marketi arama performanslarını göstermek ve rekabet analizi yapmak için en kullanışlı araçlardan biri. Ücretsiz kullanım imkânı da sunuyor.

Rehberimizin sonuna geldik. Görüldüğü üzere arama motoru optimizasyonu çalışmaları uygulama marketleri içinde kendine has bir şekilde yapılmaktadır. Bu alanda mobil işletim sistemleri ile yarış içinde olan Google ve Apple'ın uygulama marketleri, yapısı ve işleyişi iyi incelenip analiz edilmeli ve çalışmalar her platforma özgün şekilde yapılmalıdır.

Bu rehberin uygulamalarınızı pazarlamanız için faydalı olacağını umuyoruz.

NOT : Eğer bir SEO Danışmanlığı hizmeti almayı düşünüyorsanız önce Google 'ın bu konudaki uyarısını okumalısınız. ([Google SEO Hakkında ne diyor?](#))



teknovol.com.tr | info@teknovol.com.tr
SDÜ Göller Bölgesi Teknokenti - Ofis:211
0(850) 840 23 26

