

BAĞLAM VE BAŞLANGIÇ DURUMU

İzmir merkezli, dekant/keşif seti odaklı bir Shopify parfüm e-ticaret markası. Çalışmaya başladığımızda markanın **Search Console, Google Analytics (GA4) ve Tag Manager kurulumu yoktu** — yani organik performans tümüyle ölçümsüzdü. Bu nedenle "önceki döneme göre" bir kıyas mümkün değil; case, **ölçüm altyapısını sıfırdan kurup o temelden itibaren 3 ayda yakalanan ivmeyi** anlatır. İlk işimiz körlüğü ortadan kaldırmak, ardından teknik temizlik ve içerik/GEO tarafında büyümeyi başlatmak oldu.

YAPILAN ÇALIŞMALAR

- Ölçüm altyapısının sıfırdan kurulması:** GSC + GA4 + GTM kurulumu; e-ticaret event'lerinin (görüntüleme, sepete ekleme, satın alma) doğru yapılandırılması ve gerçek zamanlı veri akışının sağlanması.
- Teknik SEO:** site sağlığı çalışmaları; yönlendirme (redirect) kayıtlarında tekilleştirme ve çakışma çözümü (**898 → 389** tekil satır).
- Ürün & kategori sayfaları SEO:** ürün ve kategori sayfalarının SEO optimizasyonu ve yapısının düzenlenmesi.
- Yapısal veri (Schema):** ürün ve koleksiyon sayfalarına schema işaretlemesi eklenerek arama sonuçlarında zengin sonuç (rich snippet) görünürlüğü sağlandı.
- On-page & içerik SEO:** arama niyeti odaklı on-page ve içerik optimizasyonu.
- Raporlama:** GSC + GA4 + Shopify verileriyle aylık, ROI odaklı performans raporu ve toplantı süreci.

SONUÇLAR – İLK AY → ÜÇÜNCÜ AY

753 → 1.110^{+%47}

Organik tıklama (GSC · Nisan → Haziran)

10.600 → 13.900^{+%31}

Gösterim (GSC · Nisan → Haziran)

7,6 → 6,8 ↑

Ortalama konum (yükseldi)

~26.200 → ~67.100 TL^{≈2,5x}

Arama kaynaklı satış (Shopify ilişkileştirme)

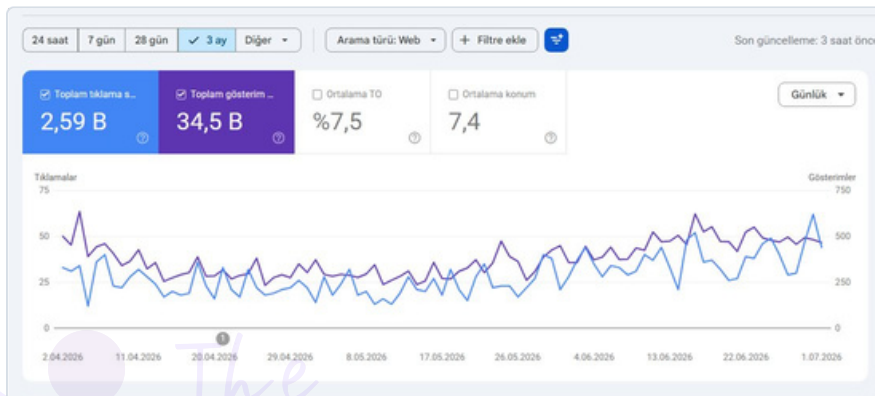
%89,6

Organikaramada etkileşim oranı — en nitelikli kanal (GA4, Haziran)

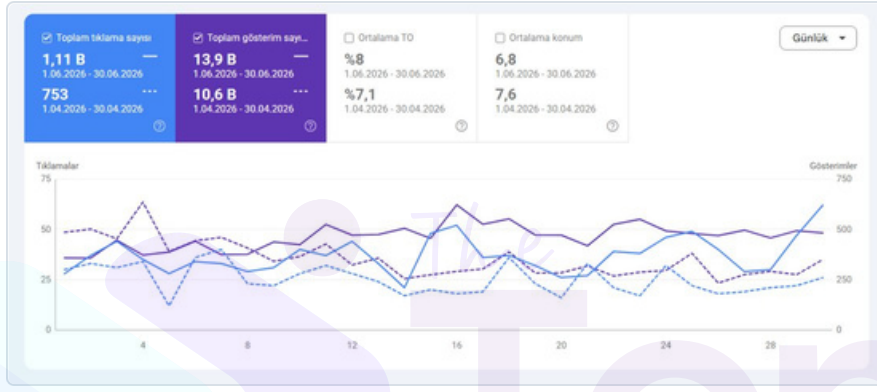
2.590 / 34.500

3 aylık toplam tıklama / gösterim · %7,5 CTR

GA4 bunu doğruluyor: Haziran'da **Organic Search** kanalı 1.585 oturum ve ~67.400 TL gelir üretti ve oturum başına ~116 sn etkileşimle sitenin **en nitelikli trafik kaynağı** oldu.



GSC — 3 aylık organik performans (2 Nis – 1 Tem 2026): 2.590 tıklama, 34.500 gösterim, yükselen eğri.



GSC — ilk ay (Nisan, kesikli çizgi) ile üçüncü ay (Haziran, düz çizgi) karşılaştırması: tıklama +%47, gösterim +%31, konum 7,6 → 6,8.

GEO / YAPAY ZEKÂ KANALI SİNYALİ

Satış artık yalnızca klasik Google aramasından gelmiyor. İlk aydan itibaren **ChatGPT** üzerinden satış görüldü (~700 TL) ve üçüncü ayda **DuckDuckGo** ve **Bing** de gelir üreten kanallara dönüştü. GA4 bu dönemde ayrı bir **"AI Assistant"** kanal grubu kaydetmeye başladı — yani üretken arama motorları ölçülebilir bir satış kaynağı haline geldi.

ÖNE ÇIKAN BULGULAR

Bulgu	Veri	Yorum
Ürün rich snippet'leri	200 tıklama / 5.047 gösterim	Yapısal veri arama görünümünde çalışıyor
Mobil trafik ağırlığı	~%76 tıklama	Mobil öncelikli; masaüstü konumu (11,4) fırsat alanı
İçerik SEO (blog)	57 tıklama · konum 5,3	Rehber içeriği organik giriş kapısı oluşturuyor
Filizlenen non-brand sorgular	"izmir parfüm" (2,8) · "...muadili"	Marka dışı ve lokal görünürlük başlıyor

Dürüst çerçeve: Bu dönemde tıklamaların önemli kısmı marka sorgularından (scentface, scentface parfüm) geldi — yeni kurulan bir ölçümde beklenen ve sağlıklı bir tablo. Bir sonraki fazın hedefi, marka dışı kategori/ürün ve lokal sorgularda görünürlüğü büyütmek. 3 ay SEO için erken bir süre olduğundan buradaki değer, kalıcı bir ölçüm + teknik temel kurulması ve net bir yükseliş ivmesinin başlatılmasıdır.

KULLANILAN ARAÇLAR & SONRAKİ ADIMLAR

Araçlar: Google Search Console, GA4, Google Tag Manager, Shopify Analytics.

Sonraki adımlar: non-brand kategori/ürün sorgularına yönelik içerik ve iç linkleme; masaüstü sıralama iyileştirmeleri; ürün/koleksiyon şema işaretlemesinin genişletilmesi; GEO tarafında ürün bilgisinin üretken motorlara daha net sunulması.

Tüm veriler Google Search Console, GA4 ve Shopify'dan alınmıştır (Nisan–Haziran 2026). Gelir rakamları Shopify satış ilişkilendirmesine dayanır; GA4 kanal verisiyle doğrulanmıştır.

Bu rapor; çalışmayı yürüten Oğuzhan Karakuş'un sağladığı bilgiler ile Google ölçüm araçları (GSC, GA4) ve Shopify verileri temel alınarak yapay zekâ desteğiyle hazırlanmıştır.