

# Parametre–SEO Davranışı Eşleştirme Şablonunu İndir — SEO / URL Parameters (v1.0)

**Asset Amacı:** Bu şablon, web sitenizdeki tüm URL parametrelerini (UTM, sıralama, filtreleme, sayfalama vb.) envanterleyip her birine uygun SEO davranışını (canonical, noindex, disallow) atamanızı sağlar. Temel hedef; pazarlama ölçümleme ihtiyaçlarını korurken arama motoru indeksini sadeleştirmek, duplicate (kopya) içerik riskini azaltmak ve tarama sinyallerini netleştirmektir.

**Kim Kullanır?:** SEO uzmanları, performans pazarlama ekipleri ve yazılım geliştiriciler (Parametre Governance ortak dokümanı olarak).

## Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Envanter:** Sitede üretilen tüm parametre listesini çıkarın ve hangi sayfa tiplerinde (liste, detay vb.) göründüklerini işaretleyin.
- Kural Atama:** Her parametre için teknik davranışı (canonical/noindex/disallow) belirleyin; sitemap ve dahili link kurallarını dokümante edin.
- Doğrulama:** Uygulama sonrası tarama (crawl) testleri ve Google Search Console (GSC) üzerinden kuralların işlediğini doğrulayın.

## B) Template Şablonu

### 1. Parametre Envantiri & SEO Davranışı Eşleştirme

Parametre Tipi	Örnek	SEO Davranışı	Sitemap Durumu	Açıklama / Not
Tracking	<code>utm_source</code>	Canonical (Temiz URL)	Hariç	Ölçüm için aktif, indeks için pasif.
Filtreleme	<code>color=red</code>	Noindex + Canonical	Hariç	Uzun kuyruklu hacim yoksa indekse kapalı.
Sıralama	<code>sort=price</code>	Noindex + Canonical	Hariç	Kopya içerik riskini engeller.
Sayfalama	<code>page=2</code>	Self-Canonical / Prev-Next	Dahil	İndekslenmesi gereken içerik devamı.

## 2. Sitemap & Internal Link Kuralları

- **Sitemap'te olacak URL seti:** Sadece parametresiz (veya sadece hedeflenen SEO parametrelili) temiz URL'ler.
- **Parametrelili URL'ler sitemap'e girmeyecek:** Filtre, sıralama ve tracking parametreleri sitemap dosyasında yer almayacaktır.
- **Internal linklerde UTM kullanılmayacak:** Site içi yönlendirmelerde hiçbir şekilde UTM parametresi kullanılmayacaktır.

## 3. Ölçüm / Remarketing İhtiyaç Kontrolü

- **UTM zorunlu parametreler:** [source](#), [medium](#), [campaign](#), [content](#).
- **Remarketing için gerekli parametreler:** Ürün ID ([pid](#)) ve kategori kırılımları.
- **"Robots ile engellenemez" alanlar:** Ölçümleme piksellerinin tetiklendiği kritik landing page parametreleri (Disallow yerine Canonical tercih edilir).

## Nasıl Doldurulur? (5 Kritik Kural)

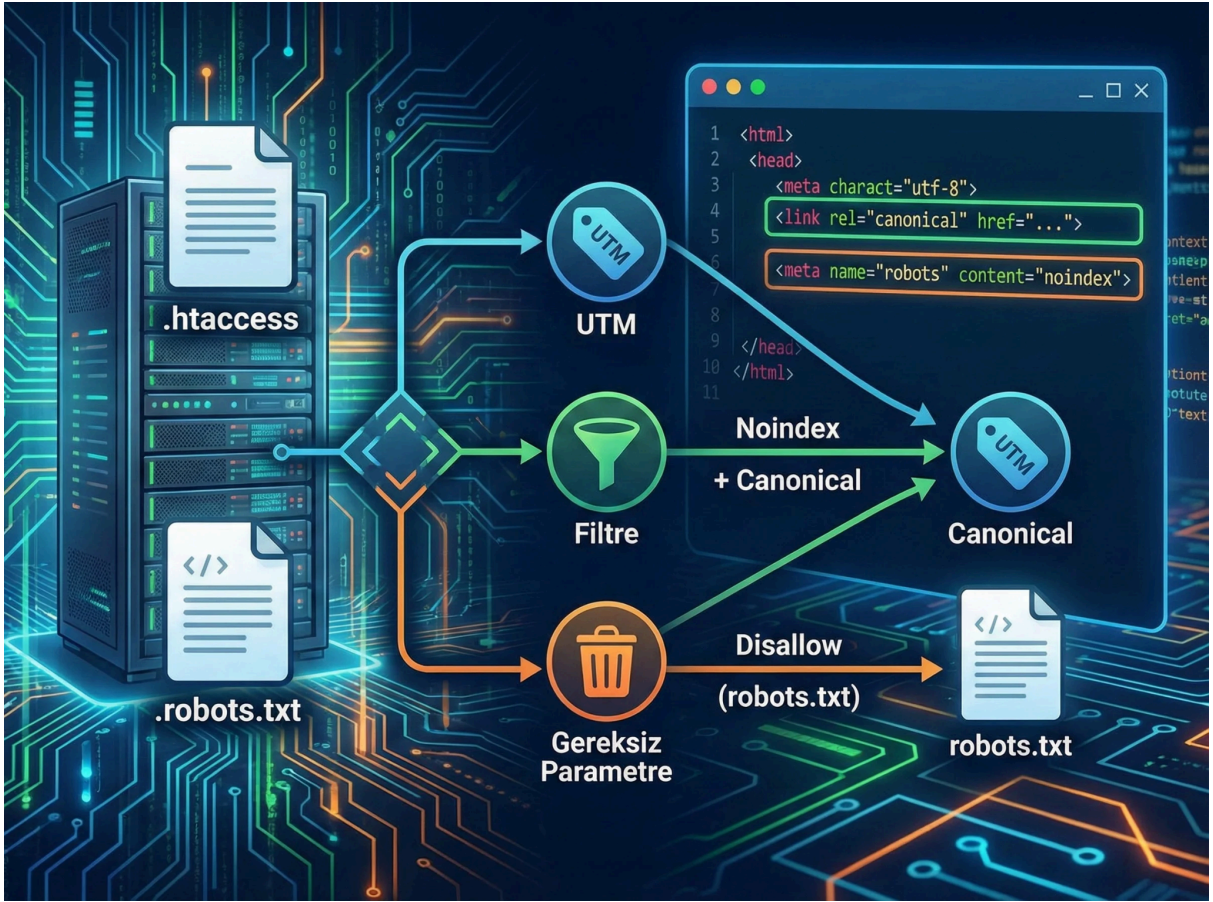
1. **Tracking Temizliği:** UTM ve benzeri takip parametrelerini her zaman [canonical](#) etiketiyle parametresiz "temiz" URL'e bağlayın.
2. **Varyasyon Yönetimi:** Filtre ve sıralama gibi içerik özünü değiştirmeyen varyasyonları [noindex](#) ve [canonical](#) kombinasyonu ile yönetin.
3. **Disallow Stratejisi:** [Disallow](#) (robots.txt) kuralını en son seçenek olarak düşünün; arama motorunun sayfayı taramasını tamamen engelleyeceği için ölçümleme verilerini bozabilir.
4. **Sitemap Hijyeni:** [Noindex](#) atanan hiçbir URL'i sitemap dosyasına dahil etmeyin.
5. **İzleme:** Değişiklik sonrası 2–4 hafta boyunca GSC "Sayfa Sayısı" raporunu ve log dosyalarını takip edin.

## Kontrol Listesi

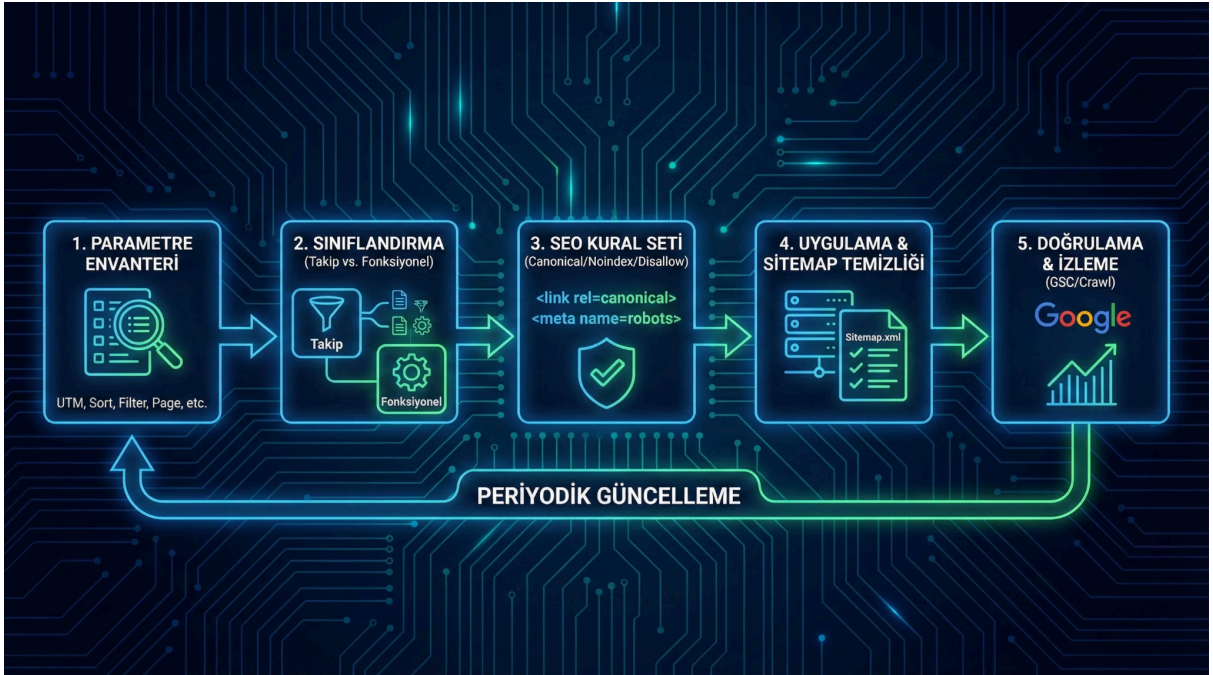
- [ ] Sitede kullanılan tüm aktif parametreler listelendi mi?
- [ ] Her parametre tipi için teknik bir davranış (SEO kuralı) atandı mı?
- [ ] Sitemap dosyasının sadece "index" değerine sahip URL'leri içerdiği teyit edildi mi?
- [ ] Dahili linklerde (internal links) UTM kullanılmadığından emin olundu mu?
- [ ] Google Search Console üzerinden URL parametreleri aracıyla doğrulama yapıldı mı?

## Deliverables Listesi

- **Parametre Governance Tablosu (v1.0):** Teknik eşleştirme matrisi.
- **SEO Kural Seti Dokümanı (v1.0):** Geliştiriciler için uygulama rehberi.
- **Doğrulama & Crawl Raporu (v1.0):** Uygulama sonrası sağlık kontrolü raporu.



"URL parametrelerinin SEO kuralları (canonical, noindex) ile eşleştirildiği yönetim tablosu örneği."



"Bir URL parametresinin hangi SEO kuralına tabi tutulması gerektiğini belirleyen teknik karar ağacı."