

# SEMrush Yıllık E-ticaret Araştırması

2018 Trendleri



# İçindekiler

---

Giriş

Metodoloji: Neyi, Nasıl Yaptık

E-Ticaret Siteleri Trafik Kaynakları

Organik Trafik Dağılımı

Masaüstü / Cep Telefonu

Organik Trafik Ülke Dağılımı

E-Ticaret için SERP Özellikleri

E-Ticaret Reklam Trendleri

Reklam Harcamaları

Display Reklam Türleri

Display Reklam Boyutları

Hedeflenen Cihazlar

Ürün Listeleme Reklamları

Reklamlarda Duygu Uyandırma

Reklamlardaki İfadeler

Reklamlardaki En Popüler İndirimler

Garanti Reklamları

Aciliyet Duygusu Yaratan Çağrılar

Rakamlarla Backlink'ler

En İyi Anchorlar (Bağlantı Metinleri)

Backlink Türleri

Bağlantı Takibi (Follow/NoFollow)

Teknik konular

HTTP / HTTPS

Hreflangs (Dil/bölge etiketi)

Teknik konular

# Giriş

---

E-ticaretin gittikçe artan rekabetçi dünyası şirketleri zorluyor ve pazarlama stratejilerini sürekli değişen bir pazara göre şekillendirmelerini öngörüyor. Peki sizin online işiniz sektörünüzdeki diğer işletmelere kıyasla ne durumda?

Hangi noktada olduğunuzu daha iyi görmeniz ve pazarlama stratejiniz, bütçeniz hakkında bilinçli kararlar almanıza yardımcı olmak için e-ticarette kritik olan sektörleri mercek altına aldık. Bu kapsamda binlerce sitenin trafik kaynaklarını, sıklığını ve türlerini, reklamlardan nasıl yararlandıklarını, reklamlarındaki duygu kullanımını ve backlink profillerinin dizaynını gösteren verileri topladık ve analiz ettik.

Ayrıca, e-ticaret sitelerinin geleneksel (HTTP) alan URL'lerine karşı, güvenli (HTTPS) ve Google hreflang özelliğini (arama sonuçlarının, web sitesi sayfalarının doğru dilde veya bölgesel URL'de görüntülenmesi için) inceledik.

Araştırmamızdan edindiğimiz bilgilerle e-ticaret sitenizin gelişmesi için akıllı ve uygun maliyetli bir strateji oluşturacağınızı umuyoruz.



# Metodoloji: Neyi, Nasıl Yaptık

Farklı ülkelerde (ABD, İngiltere, İspanya, İtalya, Almanya ve Fransa gibi) en çok ziyaret edilen e-ticaret sitelerini inceledik ve 8.000'den fazla bir veri setiyle yola çıktık. Hesaplama hatalarından kaçınmak için, Google'ın ikincil arama motoru olduğu ülkeleri (Çin, Kore, vb.) çalışmamız kapsamına almadık.

**Araştırmamızdaki e-ticaret siteleri 13 farklı sektör kategorisinde. Bunlar:**

- 1 Spor ve Dinlenme
- 2 Çocuk
- 3 Gıda / Gıda Benzeri
- 4 Elektronik
- 5 Sağlık
- 6 Ev & Bahçe
- 7 Giyim
- 8 Kitap
- 9 Mobilya
- 10 Çiçek
- 11 Mücevherat
- 12 Müzik
- 13 Seyahat



## SEMrush verisini kullanarak, her bir kategori için aşağıdaki bilgileri topladık:

- Site ziyaretçi trafiğinin kaynakları ve bunların önemi
- Reklam yatırımları
- Display reklamların türü ve boyutu, hedeflenen cihazlar ve Google Ürün Listeleme Reklamları'nın kullanımı (PLA)
- Backlink türleri\*
- Reklamlarda duygu uyandırmak için kullanılanlar\*\*

## Bütün olarak ele alınan e-ticaret siteleri için veri analizimizin ortaya koydukları:

- Cihaz ve ülke bazında organik trafiğin dağılımı
- Arama Motoru Sonuç Sayfası (Site sıralaması için SERP özellikleri)\*\*\*
- Reklamlarda kullanılan en popüler ifadeler, garanti ve eylem çağrısı (CTA) dili
- En iyi backlinkler, bağlantı metinleri ve ifadeler
- Web sitelerinin HTTPS'e karşı HTTP versiyonu ve Google hreflang özelliğinin tekrarlanma sıklığı\*\*\*\*

\* **Trafik kaynağı kırılımları, organik trafik dağılımı, reklam trendleri, rakamlarla backlinkler:** Bu bölümler için veriler dünya çapında 8000'den fazla web sitesinden 1 Ocak ile 30 Kasım 2017 tarihleri arasında toplanmıştır.

\*\* **Duygu Uyandırma:** Bu bölüm için veriler, farklı kategorilerden reklamlardaki ifadelerin 4M reklam bazında kullanım sıklığını temsil etmektedir.

\*\*\* **SERP özellikleri:** SERP özellikleri günlük olarak değişir ve genel Google SERP dalgalanmaları ile ciddi oranda ilişkilidir. Bu sebeple sadece Ekim 2017'ye ait verileri göstermeye karar verdik. Bu bölümün verileri ilk 20 sonuçta görülen bu özelliğin bulunduğu SERP'lerin yüzdesine dayanmaktadır.

\*\*\*\* **Teknik konular:** Burada okuyucular Kasım ayında sitenin teknik durumuna dayanan bilgileri bulacaklardır.

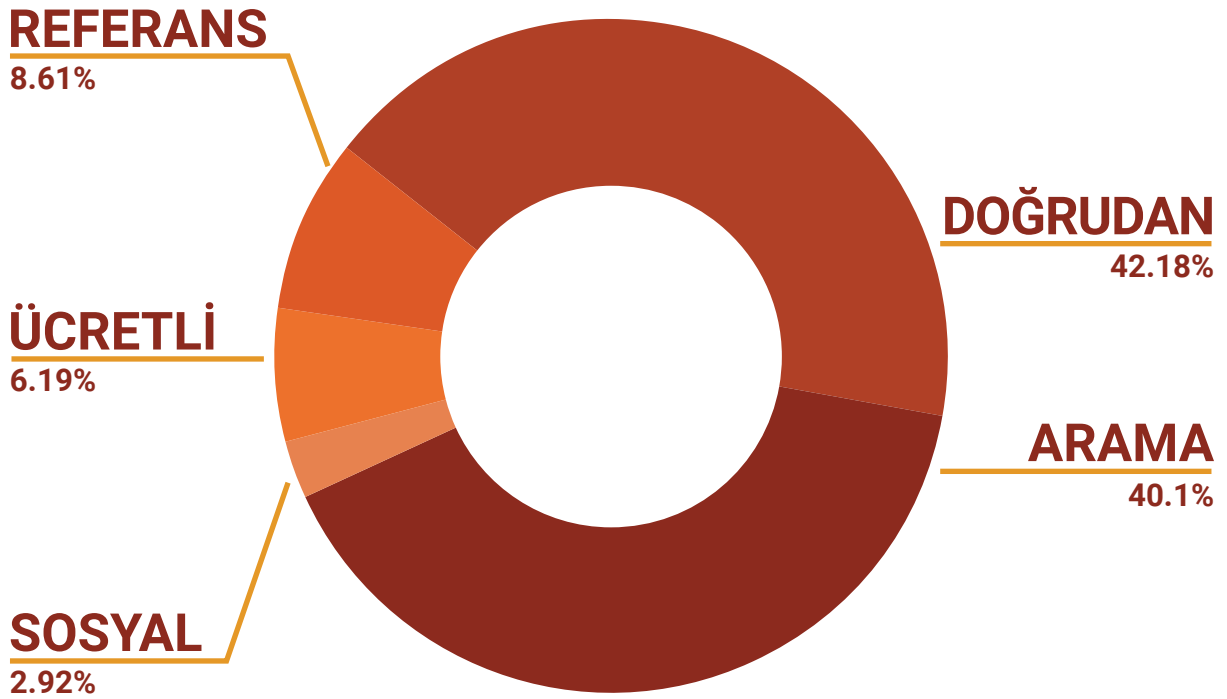
**Bunlardan yola çıkarak, araştırma bulgularını derinden inceleyelim...**



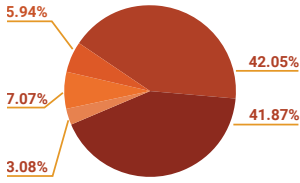
# E-Ticaret Sitesi Trafik Kaynakları

# E-Ticaret Sitesi Trafik Kaynakları

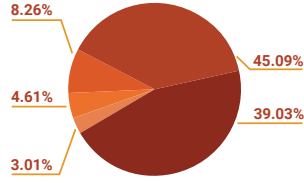
E- ticaret alanında 5 kritik trafik (websitesi ziyaretçi) kaynağımız bulunuyor. Bunlar: Doğrudan, referans, arama, sosyal ve (ücretli olarak sunulan) Google Reklamları. Doğrudan trafik, araştırılan 13 kategoriden sekizi arasında en büyük paya sahip, ardından da normal arama geliyor.



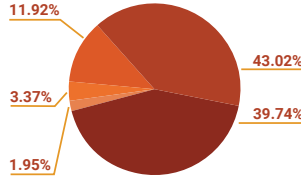
## SPOR &amp; DİNLENME



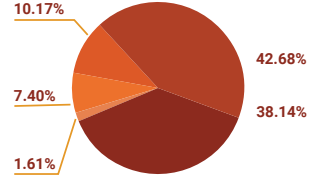
## ÇOCUK



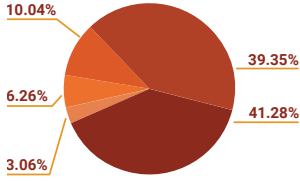
## GIDA &amp; GIDA BENZERİ



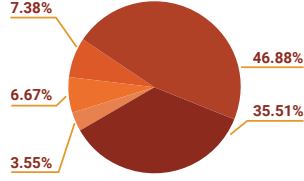
## SEYAHAT



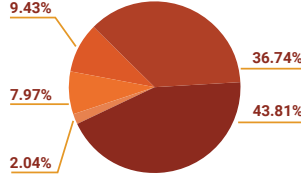
## ELEKTRONİK



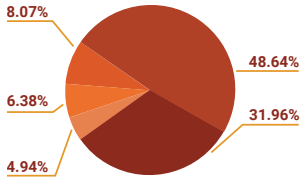
## SAĞLIK



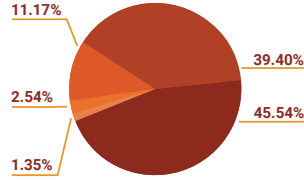
## EV &amp; BAHÇE



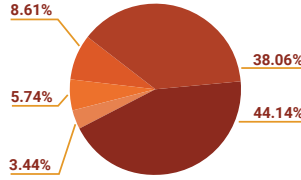
## MODA



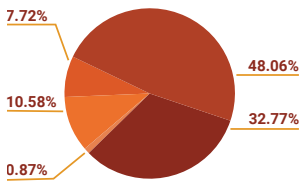
## KİTAP



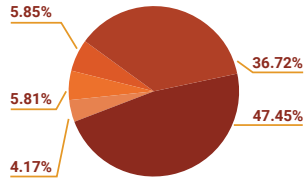
## MOBİLYA



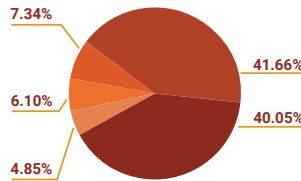
## ÇİÇEK



## MÜZİK



## MÜCEVHER



Arama, ziyaretçi sayısı kaynağı kategorilerinde ilk sırada. Doğrudan gelen trafik ise ikinci sırada yer alıyor. Bu ikisi birleştiğinde; incelenen tüm sektör dikeyleri arasında tüm e-ticaret web sitesi ziyaretçi sayısının %80'inden fazlasına sahip.

Diğer web sitelerinden bağlantı ile gelen (referans) trafik; spor-dinlenme ve çiçek kategori haricinde toplam ziyaretçi sayısının 3. en önemli kaynağını oluşturuyor. Google reklamları, bu iki kategori için üçüncü sırada yer alıyor.

Sosyal medya, 13 kategorinin tümünde e-ticaret sitelerine gelen en düşük trafiği oluşturuyor.



# Pazarlamacılar için bu bilgi neden önemli?

Doğrudan arama yapan ziyaretçilerin sayısı, marka farkındalığına ve markaya duyulan güvene bağlanabilir. Ancak, tek başına marka bilinirliği ve süreklilik uzun vadeli büyüme için ölçeklenebilir bir strateji değil.

Arama, e-ticaret trafiği için kritik bir rol oynuyor. Bu yüzden, akıllı anahtar kelime stratejisine, tıklama başına ödeme (PPC) ve organik arama motoru optimizasyonuna (SEO) yatırım yapmak için zaman ayırmanıza değer.

İyi hedeflenmiş reklamlar ve iyi kurgulanmış arama optimizasyonu, birbirlerini tamamlayarak ölçeklendirilebilir marka bilinirliği.

stratejisini oluşturuyor. Bu strateji ile markanız ön planda kalıyor ve ürün ya da hizmetlerinizi arayanlar tarafından kolay daha kolay bulunmanızı sağlıyor.

Bağlantı ile gelen (referans) ziyaretçilerin dağılımını genişletilerek, ölçeklenebilir stratejinizi doğrudan oluşturmanızı da öneriyoruz. Ayrıca önemli sitelerden gelen backlink profilinin oluşturulması, arama motoru sonuç sayfalarındaki (SERP) site sıralamasını geliştirmeye birebirdir.

Son olarak, sosyal kategori, araştırdığımız e-ticaret kategorilerine en az sayıda ziyaretçi getirirken, markanızı dilden dile yaymak konusunda önemlidir... ve organik trafik gibi, o da ücretsiz!

## SEMrush Size Nasıl Yardımcı Olur?

### Trafik Analizleri

Trafik analizleri, siteniz ve rakiplerinizin ziyaretçi kaynaklarını gösterir. Doğrudan, arama, yönlendirme (referans), reklam ve sosyal kaynaklardan gelen ziyaret sıklığını bir bütün olarak veya kanallara göre ayrılmış olarak görebilirsiniz.

Hesaplamalarımız, tescilli ve üçüncü parti veri kaynaklarından alınan tıklama verilerine dayanmaktadır.

Rakiplerinizin trafiğini analiz edin



### Marka Takibi

Markanız ve rakipler hakkında neler konuşulduğunu gözlemlemenizi sağlar. Sonuçları kaynağa ve tarihe göre filtreleyerek markanızın tanıtımı için farklı fırsatları keşfedebilir ve ürün veya hizmetinizin daha fazla konuşulmasını sağlayabilirsiniz.

Markanızı gözlemleyin



## ⚙️ Backlinkler

Backlink analizi detaylı veriler sağlar. Güçlü backlinklerin kaynaklarını görebilir, rakiplerinizin kullandığı stratejiler hakkında bilgi vererek size yeni trafik kaynakları yaratmanıza yardımcı olur. Ayrıca, yeni referans kaynaklarını belirlemenizi ve edinilen bilgilerle link inşa stratejinizi geliştirmenizi de sağlar.

Sitenize gelen ziyaretçilerin konumlarını, bağlantı türlerini ve bağlantı metinlerini görüntüleyebilir, böylece hem referans siteler hem de kendi sitenizin hakkında yeni bulgular elde edebilirsiniz.

Geri bağlantılarınızı kontrol edin



## ⚙️ Organik Trafik Analizi

Rekabet için değerli bilgiler sunar.

Masaüstü ve mobil aramada online rakiplerinizin en iyi performans gösteren anahtar kelimelerini bulmanızı sağlar. Doğrudan aramalardaki içerik stratejilerini inceleyin. Anahtar kelimelerin performansını diğer anahtar kelimelere göre değerlendirin, yeni organik rekabeti keşfedin ve rakiplerinize göre arama sayfasındaki yerinizin değişimini görüntüleyin.

PPC kampanyanızı optimize edin



## ⚙️ Anahtar Sözcük (keyword) Aracı

Kârlı bir SEO veya PPC kampanyası oluşturmak için milyonlarca anahtar kelime fikri sunan bir uygulamadır.

Zengin içerik ve arama sıralamasında daha yukarıda yer alabilmek için uzun kuyruklu anahtar kelime (long-tail keywords) fırsatlarını keşfedin ve sizin için en iyi anahtar sözcükleri seçin. Gerçek zamanlı arama hacmi, anahtar kelimenin zorluğu, rekabet yoğunluğu ve tıklama başına maliyet (CPC) verileriyle tıklama potansiyelini belirleyin. Böylece anahtar kelimelerin ne kadar ziyaretçi getireceğini de hesaplayabilirsiniz.

Kârlı bir kampanya yaratın



## ⚙️ Sosyal Medya Takibi

Birden fazla sosyal medya platformunda sizin ve rakiplerinizin en beğenilen gönderilerini, etkileşimlerini görmenizi, sosyal medya stratejinizi belirlemenizi sağlar. Gönderilerinizin; beğenme / beğenmeme, görüntülenme, paylaşım ve yorumlarla ilgili ayrıntılı bilgileri verir. Böylelikle hem sizin hem rakiplerinizin en iyi performanslı gönderilerini belirler. Sektörünüzde bahsedilenleri ve en popüler trendleri takip edin. Sosyal medya kampanyalarınızla ilgili raporları kolayca oluşturarak kampanyanızın verimini ölçün.

Sosyal Medya Stratejinizi Geliştirin



## ⚙️ Organik Arama Verileri

Google Analytics ve Google Arama Konsolu verilerini birleştirerek kullanılmamış olan anahtar kelimelerin %99'unu ortaya çıkarmak çıkarabilirsiniz.. Sadece web sitenizin her sayfasına hangi anahtar kelimelerin arama trafiğini oluşturduğunu değil, ayrıca bunlardan hangilerinin satışla sonuçlandığını keşfedin. Oturum sayısı, bunların süresi ve bounce gibi önemli müşteri davranışları ölçütlerine dair bilgi edinin.

Sağlanmayan anahtar kelimelerinizi bulun



## ⚙️ PPC Anahtar Kelime Aracı

Birçok kanaldan anahtar kelimeleri kolayca toplamanıza, anahtar kelime listelerinizi yönetmenize ve en üst düzeye taşımanıza olanak tanır. Bununla birlikte, rakiplerinizin anahtar kelimelerini etkili bir şekilde eleme ve PPC kampanyanızı yeni bir anahtar kelime listesiyle mükemmelleştirmenizi sağlar.

PPC kampanyanızı optimize edin





# Organik Trafik Dağılımı

# Organik Trafik Dağılımı

## Masaüstü / Cep Telefonu

13 e-ticaret kategorisinin genelini ele aldığımızda, %56,9 oranıyla masaüstünden gelen organik trafiğin, mobil yüzde 14 geride bıraktığını görmek bizi de şaşırttı.

Ayrıca 13 sektör dikeyinin her birinde organik trafiği oluşturan masaüstünde daha fazla.

Olanaksız gibi görünen bulgularımızın arkasında iki neden var. Birincisi: Mobil uygulamalar araştırmamıza dahil edilmedi. Bu nedenle mobil uygulamadan gelen ziyaretçiler trafik oluşturmadığı varsayılıyor. İkinci neden ise, araştırılan sitelerin e-ticaret siteleri olmaları. Tüketiciler, mobil cihazlarında ön araştırma yaptıktan sonra bilgisayarlarında bir ürün veya hizmet hakkında detaylı bilgi topluyorlar. Bu eğilim, genel olarak ziyaret sıklığının masaüstünde daha fazla görülmesiyle sonuçlanmaktadır.

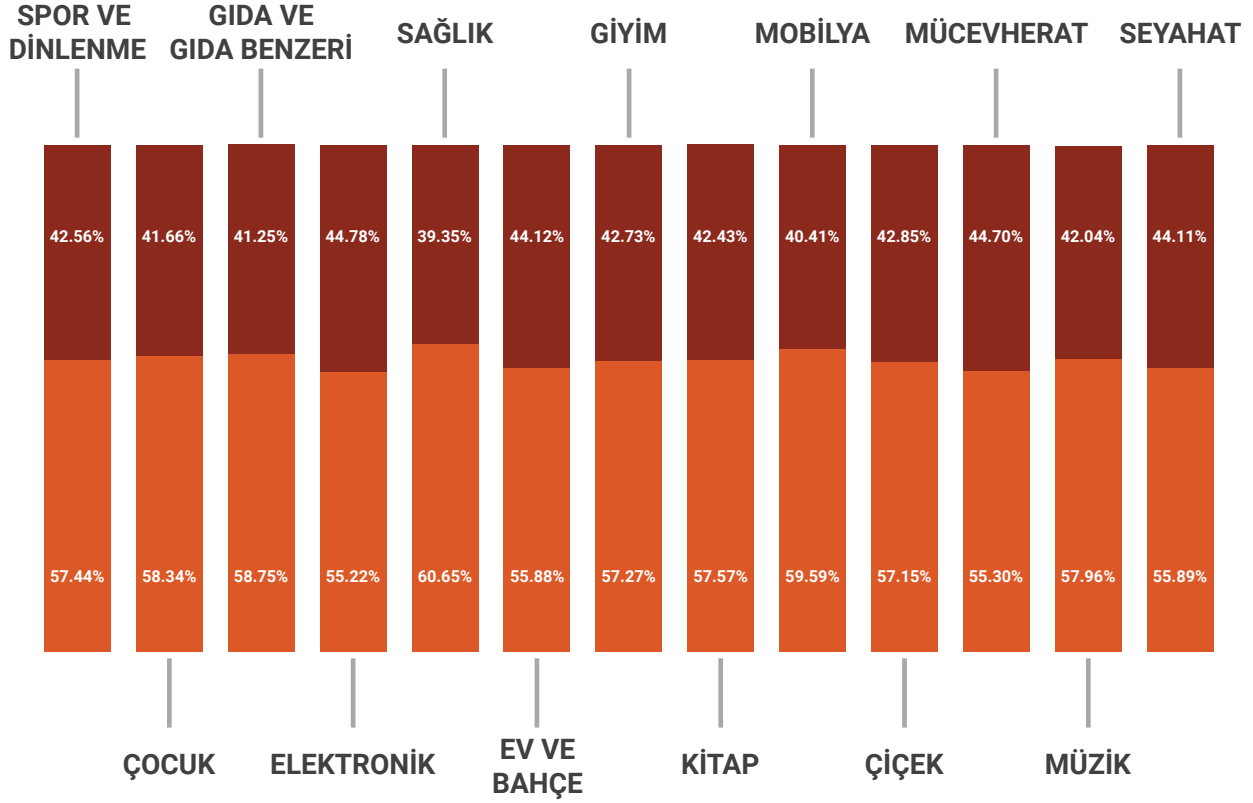


# MASAÜSTÜ

56.98%

# MOBİL

43.02%



Masaüstü, en çok sağlık kategorisinde görülüyor. (Masaüstünün %60 oranına karşı mobil %39), mobilya (%59'a karşı %40.), gıda/gıda benzeri (%58'e %41) ve çocuk (%58'e karşı %41) şeklinde devam ediyor.

Mobil organik trafik en çok elektronik kategorisinde güçlü. (%44.78). Mücevherat (%44.7), seyahat (%44.11) ve çiçek aramaları da (%42.85) ayrıca kayda değer bir mobil arama oranına sahip.

# Pazarlamacılar için bu bilgi neden önemli?

---

Her ne kadar organik trafikte masaüstü aramaları mobil cihazlara üstün gelse de, bu durum çalışmamızda yer alan e-ticaret sektörlerinden sadece birkaçı için geçerli – özellikle de sağlık için.

Masaüstü ve mobil arama arasındaki fark hızla kapanıyor. Hatta, mobil arama sıklığının yakın gelecekte masaüstünü geçmesi de an meselesi.

Mobil arama o kadar hızlı büyüyor ki, Google, web sitelerinin “mobile-first” endekslemesini uygulamaya başladı. Telaşlanmayın, uygulama süreci biraz yavaş olacak. Bu yüzden zaman sizin lehinize işliyor. Yine de sonunda tüm web siteleri, Google aramasında “mobile-first” güncellemelerine göre dizine eklenecek.

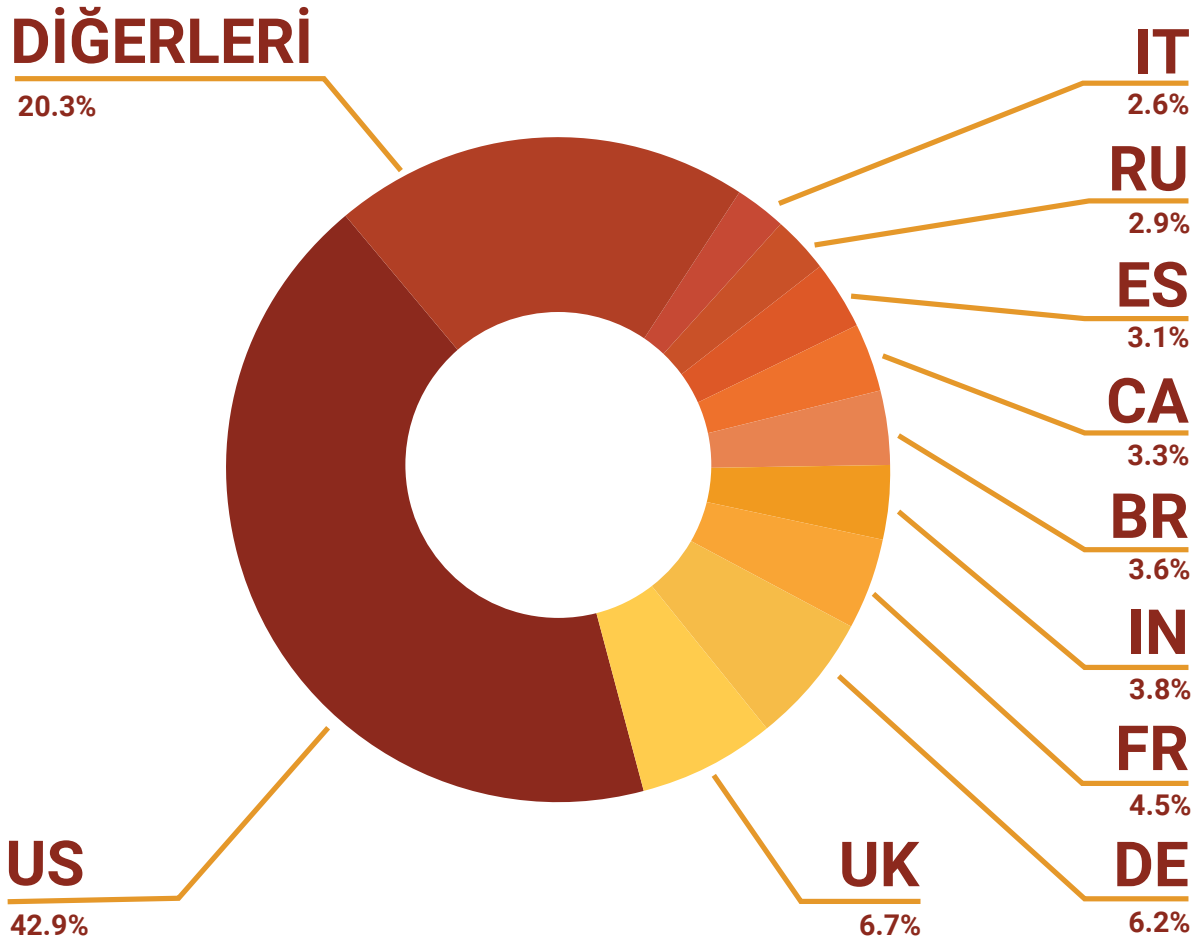
Bu mobil değişime nasıl hazırlanacağınız konusunda bilgi almak isterse-  
niz, [konuyla ilgili makalemize](#) bakabilir veya “[Mobil Arama için Kılavuz](#)”  
webinar’ımızı izleyebilirsiniz.

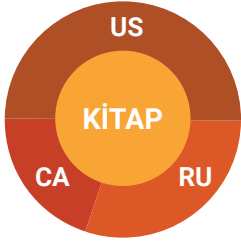
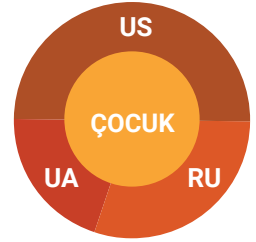
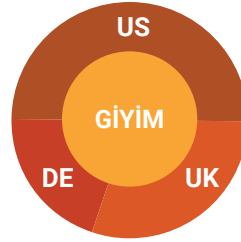
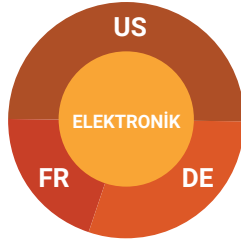
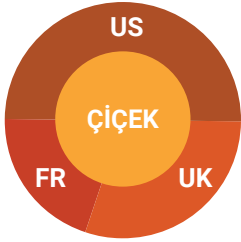
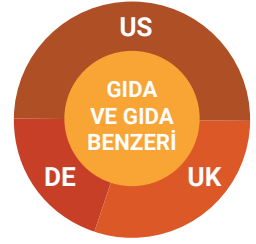
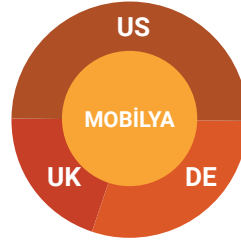
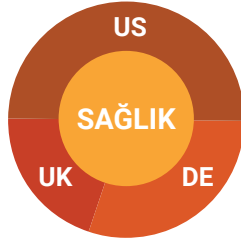
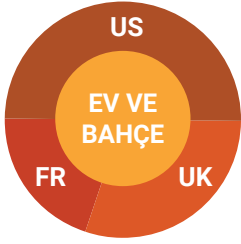
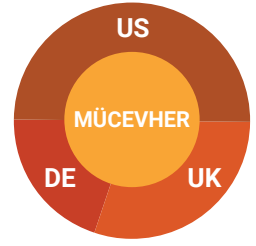
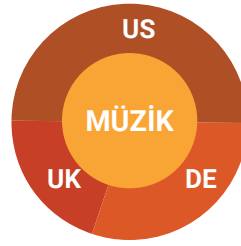
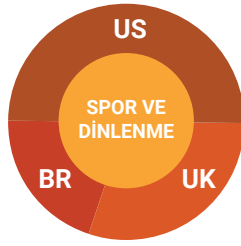
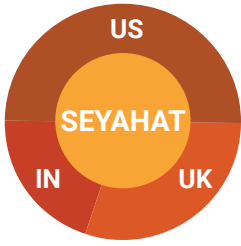


# Organik Trafik Ülke Dağılımı

ABD, organik arama trafiğinin öncüsü olarak ipi göğüslüyor. 13 kategorinin tümü için trafiğin %42,9'unu ABD oluşturuyor. Ayrıca, çalışmamızda her sektöre trafiği çeken ilk ülke konumunda.

Diğer ülkeler, listelenen ülkelerin dışında, araştırmadaki tüm e-ticaret kategorilerinde organik arama trafiğinin %20.34'ünü oluşturuyor.





Tüm kategoriler için bir bütün ve ayrı olarak UK (Birleşik Krallık) ABD'den sonra organik arama trafiğinin öncüsü olarak açık arayla ikinci. Almanya ise 3'üncü sırada yer alıyor. ABD'den sonra Birleşik Krallık kategorilerin yedisi için ikinci sırada yer alıyor. Aynı şekilde, Almanya da kategorilerin dördü için ve Rusya kategorilerin ikisi için ikinci sırada.

Birleşik Krallık, seyahat, spor-dinlenme ve rekreasyon, mücevherat, ev-bahçe, gıda / gıda benzeri, çiçek ve giyim kategorilerine yönelik önemli bir arama kaynağı. Almanlar en çok müzik, sağlık, mobilya ve elektronik ile ilgilenirken, Ruslar daha çok çocuklara ve kitaplara yönelik arama yapıyor.

Organik arama trafiğinin en büyük üçüncü kaynağı düşünüldüğünde ülkeler daha çok çeşitlilik gösteriyor. Hindistan, Brezilya, Fransa, Kanada ve Ukrayna bu grupta yer alıyor.



# Pazarlamacılar için bu bilgi neden önemli?

---

İncelediğimiz e-ticaret sektörlerindeki organik arama trafiğinin çoğu İngilizce konuşulan ülkelerden gelse de herhangi bir ülkeden arama yapan bir ziyaretçi için en iyi kullanıcı deneyimini sağlamak elbette önemli.

Bunu gerçekleştirmenin en iyi yolu, sitenizin web sayfalarını doğru dilde görüntülemek için "hreflang" özelliğini uygulamaktan geçiyor. Google, aynı dil olsa da küçük farklara sahip (örneğin ABD - İngiltere gibi) içerik için de hreflang kullanımını öneriyor.

Çoğu işletme sahibi gibi kodlama uzmanlık alanınız değilse, uluslararası SEO için uzman birine danışmanız şiddetle tavsiye edilir.



## SEMrush Size Nasıl Yardım Edebilir?

### Site Denetimi

Web sayfalarınızın tam anlamıyla hızlı olmasını sağlar. Böylece, mobil arama sonuçlarına küresel anlamda hâkim olan Hızlandırılmış Mobil Sayfalar (AMP) formatından yararlanabilirsiniz.

Sayfa yükleme süresini ve sitenizin genel durumunu kontrol etmemize izin verin.

Uluslararası SEO, rapordaki hreflang özelliklerinin uygulanma sorunlarını yakalar. Hreflang sorunlarını keşfetmek için güncel uluslararası SEO raporlarıyla sürekli olarak en iyi kullanıcı deneyimini sağlayın.

Web sitenizi denetleyin ve UX'inizi geliştirin



### Konum İzleme

Web sitenizin mobil ve masaüstü bilgisayarlardaki organik arama sıralamasını izlemenize, dünya genelinde herhangi bir yer için çok dilli kampanyalar oluşturmanıza olanak tanır. Hedeflediğiniz anahtar kelimelerle, Google'ın ilk 100 sonuçlarında yer alan yerel rakipleri belirlemenizi sağlar.

Çok cihazlı pazarlama kampanyalarınıza web sitenizin anahtar kelime sıralamaları ve masaüstü, tablet ve akıllı telefondaki site konumlarına dair bilgileri ekleyin.

Çoklu akıllı cihaz kampanyaları oluşturun



### Organik Trafik Analizi

Rakiplerinizin mobilde ve masaüstünde doğrudan arama stratejileriyle ilgili bilgiler verir. Çevrimiçi rakiplerinizin hem mobil hem de masaüstü platformları için hangi anahtar kelimeleri hedeflediğini bulun. Mobil ve masaüstü kampanyaları için kendi doğrudan arama stratejilerinizi geliştirmek amacıyla bu rekabetçi sistemi kullanın.

Mobile karşı masaüstü stratejilerini bulun



**This is just an introductory excerpt**

You can download the full version here:

<https://www.semrush.com/ebooks/semrush-yillik-e-ticaret-aras-tirmasi/>