

Kaynak: <https://dijitalpazarlamalab.com/vaka-analizi/psikiyatri-kliniginin-yerel-seo-calismasi-haritada-gorunmezlikten-semtin-ilk-adresine/>

Yazar: Sertaç

Kategori: Yerel SEO

Yayın tarihi: 7 Ağustos 2026

Güncelleme tarihi: 22 Ağustos 2026



Psikiyatri Kliniğinin Yerel SEO Çalışması: Haritada Görünmezlikten Semtin İlk Adresine

HİZMET	PROFİL	SEKTÖR
Arama Motoru Optimizasyonu (SEO)	Yerel İşletme	Sağlık
%380	%520	%115
Telefon ve Randevu Artışı	Yol Tarifi Alma Artışı	Yerel Arama Görünürlüğü

Sağlık hizmetinde mesafe, hastanın karar sürecindeki en belirleyici unsurlardan biridir. Psikiyatri uzmanlığı kapsamında teşhis ve tedavi hizmeti veren bir hekim kliniği, bulunduğu bölgedeki hastaların doğrudan kendisine ulaşmasını istiyordu. Hekim alanında deneyimliydi ve hasta memnuniyeti yüksekti; ancak klinik dijital ortamda kendi semtinde bile fark edilmiyordu. Bu [Yerel SEO](#) vaka analizi, kliniğin yerel aramalarda nasıl görünür hale geldiğini ve randevu akışını nasıl kurduğunu anlatıyor.

1. Yakındaki hastaya ulaşamayan bir klinik

Kliniğin Google Benim İşletmem profili yalnızca temel bilgilerden oluşan eksik bir kayıt olarak duruyordu. Çalışma saatleri güncel değildi, hizmet tanımı yapılmamıştı ve konum bilgisi haritada doğru noktayı göstermiyordu. Bu nedenle psikiyatrist veya depresyon tedavisi gibi aramalar yapan kullanıcılar, yürüme mesafesindeki bu kliniği hiç görmeden büyük

hastanelere veya daha uzaktaki rakip kliniklere yöneliyordu. Klinik, dijital görünürlük eksikliği nedeniyle en doğal hasta havuzunu kaybediyordu.

2. İşletme profili bir hizmet vitrinine dönüştürüldü

Çalışmanın ilk adımı işletme profilini eksiksiz ve doğru biçimde kurmak oldu. Adres, telefon, çalışma saatleri ve konum bilgisi düzeltildi; haritadaki işaretçi kliniğin gerçek girişini gösterecek şekilde ayarlandı. Ardından profil, kliniğin hizmet kapsamını yansıtacak biçimde zenginleştirildi. Panik atak, kaygı bozukluğu, depresyon tedavisi ve bireysel terapi gibi uzmanlık alanları hizmet listesine ayrı ayrı eklendi. Kliniğin iç mekânından güncel fotoğraflar yüklenerek ilk kez gelecek hastanın alanı önceden görmesi sağlandı.

3. Uzmanlık alanları web sitesinde ayrı sayfalara taşındı

İşletme profiliyle web sitesinin aynı mesajı vermesi gerekiyordu. Tek bir hizmetler sayfası yerine her uzmanlık alanı için [içerik SEO](#) yaklaşımıyla ayrı sayfa hazırlandı; bu sayfalarda tedavi sürecinin nasıl ilerlediği, ilk görüşmede neler konuşulduğu ve seans düzeni sade bir dille açıklandı. Hekimin eğitim geçmişi, uzmanlık belgeleri ve mesleki deneyimi görünür kılinarak sağlık içeriklerinde beklenen uzmanlık sinyalleri güçlendirildi. Semt ve ilçe bilgisi doğal biçimde metinlere yerleştirildiğinden yerel arama görünürlüğü %115 oranında yükseldi.

4. Hasta yorumları etik çerçevede yönetildi

Psikiyatri gibi hassas bir alanda yorum yönetimi özel bir dikkat gerektiriyordu. Klinik, hastalardan yorum talep ederken hiçbir zaman tanı veya tedavi ayrıntısı paylaşılmasını istemedi; geri bildirimler yalnızca randevu süreci, iletişim kolaylığı ve klinik ortamı üzerine yönlendirildi. Gelen yorumlara verilen yanıtlarda hasta gizliliği titizlikle korundu ve kişisel bilgi içeren hiçbir ifade kullanılmadı. Bu yaklaşım, hem mesleki etik kurallarına uyumu sağladı hem de profilin güvenilirliğini kalıcı biçimde artırdı.

5. Yol tarifi ve arama aynı anda hedeflendi

Yerel aramada başarı, sıralamadan çok eyleme dönüşen temasla ölçülür. Klinik bu nedenle profilindeki arama ve yol tarifi seçeneklerini birincil dönüşüm olarak tanımladı; telefon numarası mobil ekranlarda tek dokunuşla aranabilir hale getirildi ve randevu talebi için kısa bir form eklendi. Konum bilgisinin netleşmesiyle yol tarifi alma sayısı %520 oranında arttı, telefon ve randevu talepleri ise %380 oranında büyüdü. Sekreterlik hizmeti bu yoğunluğa göre yeniden planlandı.

6. Soru-yanıt alanı ve gönderiler aktif kullanıldı

İşletme profilinin statik bir kayıt olarak kalmaması için düzenli olarak beslenmesi gerekiyordu. Klinik, hastaların en sık merak ettiği konuları soru-yanıt alanında önceden yanıtladı; randevu süresi, seansların ne kadar sürdüğü ve ilk görüşmede nasıl bir yol izlendiği gibi başlıklar açıkça belirtildi. Profil gönderileri aracılığıyla farkındalık dönemlerine dair bilgilendirici paylaşımlar yapıldı ve bu paylaşımlarda tedavi vaadi içeren ifadelerden özenle kaçınıldı. Düzenli güncelleme, profilin etkin bir işletme kaydı olarak değerlendirilmesini sağladı ve arama sonuçlarındaki konumunu destekledi.

7. Tutarlı bilgi kalıcı görünürlük getirdi

Çalışmanın sürdürülebilir olması, tüm dijital kayıtların aynı bilgiyi vermesine bağlıydı. Klinik adı, adresi ve telefon numarası tüm rehberlerde ve sosyal medya profillerinde birebir aynı biçimde düzenlendi; eski ve yanlış kayıtlar tespit edilerek güncellendi. Tatil dönemleri ve çalışma saati değişiklikleri profil üzerinden düzenli olarak duyuruldu. Bu tutarlılık, [arama motoru optimizasyonu](#) çalışmasının kazanımını geçici bir yükseliş değil kalıcı bir konum haline getirdi. Bu vaka, Yerel SEO pazarlama stratejisinin sağlık işletmeleri için doğrudan hasta erişimi anlamına geldiğini gösteriyor. Doğru yapılandırılmış bir işletme profili, uzmanlığı görünür kılan içerikler ve etik sınırları koruyan bir yorum yönetimi birleştiğinde dijital pazarlama, kliniğin bulunduğu semtte hak ettiği yeri almasını sağlıyor.