

AI + İnsan Sosyal Medya Analiz Akışı & Insight Checklist — SMM / Analyst-in-the-Loop (v1.0)

Asset Amaç: Bu şablon, yapay zeka tarafından üretilen analitik içgörü ve veri kartlarını operasyonel bir "hızlandırıcı" olarak konumlandırırken; veri kalitesini ve stratejik karar doğruluğunu insan denetimiyle koruyan *analyst-in-the-loop* iş akışını standartlaştırır. AI algoritmalarının tespit ettiği anomalilerden hangilerinin gerçek birer aksiyona veya bütçe kararına dönüşeceğini belirlemek adına; tarih/kampanya/sezon kontrollerini, teknik ölçüm doğrulamalarını ve çapraz kaynak karşılaştırmalarını zorunlu kılar. Ardından, onaylanan içgörülerini 14 günlük sistematik bir test ve iyileştirme sprintine bağlar.

Kim Kullanır?: Büyük veri hacmine sahip otel grupları, performans pazarlama ajansları ve veri odaklı çalışan B2B SMM ile performans analistleri.

Nasıl Kullanılır?

1. Yapay zeka analitik motorunun haftalık bazda ürettiği anomali, eğilim ve özet içgörü kartlarını merkezi bir "inbox" havuzunda toplayın.
2. Tasarlanan doğrulama kontrol listesini (checklist) işleterek sinyalleri teknik ölçüm, aktif kampanya takvimleri ve sezonsallık (seasonality) süzgeçlerinden geçirip filtreleyin.
3. Filtreleme sonrasında elinizde kalan en kritik 3–5 gerçek içgörüyü test backlog'una dönüştürerek 14 günlük recovery/iyileştirme sprint planı dahilinde sahada test edin.

ANALYST-IN-THE-LOOP — Doğrulama & Sprint Şablonu (Kopyala–Doldur)

A) Ölçüm & Önceliklendirme Kontrol Listesi (Checklist)

Yapay zeka modellerinden gelen ham içgörülerin operasyonel doğruluğunu ve işe etkisini puanlayın:

- [] **Metrik Tespiti:** Tespit edilen anomali veya içgörü tam olarak hangi ana performans göstergesi (KPI) üzerinde? (Reach / CTR / Conversion / Sentiment)
- [] **Zaman & Kampanya Uyumu:** Bulgulara kaynaklık eden tarih aralığı ve ilgili kampanyaların o dönemdeki canlı/aktif olma durumları manuel olarak kontrol edildi mi?
- [] **Sezonsallık Bağlamı:** Yaşanan veri dalgalanması, mevcut sezon fazı (yüksek/düşük sezon) veya geçmiş yılın aynı dönemiyle (YoY) karşılaştırılarak bağlamsal olarak doğrulandı mı?
- [] **Teknik Ölçüm Doğrulaması:** Analize konu olan veri kümesinin altyapısı (UTM kurgusu, GA4 özel etkinlikleri, reklam paneli kanal mapping ayarları) hatasız çalışıyor mu?
- [] **Çapraz Kaynak Kontrolü:** Bulgular ikinci bir veri kaynağı ile doğrulanıp mutabık kalındı mı? (GA4 vs Reklam Paneli / Meta-Google Analytics vs Dahili BI Sistemleri)
- [] **İş Etkisi Seviyesi:** İçgörünün ticari hedeflere ve iş KPI'larına dokunma derecesi nedir? (Düşük / Orta / Yüksek)

- [] **Aksiyon Türü Sınıflandırması:** İçgörünün tetikleyeceği operasyonel müdahale alanı seçildi mi?
(*Kreatif Revizyonu* / *Hedefleme Optimizasyonu* / *Landing Page Düzenlemesi* / *Ölçüm Kodu Düzeltmesi* / *CRM ve Saha Operasyonu*)

B) Insight (Problem) →Olası Kök Neden →Çözüm / Test Matrisi

AI tarafından yakalanan anomalilerin kök nedenlerini insan mantığıyla analiz edin ve test senaryosunu kurun:

Insight (Problem) (image_ee8686.png)	Olası Kök Neden	Çözüm / Test
CTR düştü	Kreatif yorgunluğu	2 yeni hook varyantı + teklif (offer) metninin netleştirilmesi
Conversion düştü	Event/form sorunu	GA4 event doğrulaması + form sürtünmesi (friction) kontrolü
Reach düştü	Yayın ritmi/format	Format dağılımının düzeltilmesi + içerik pillar yapısının revizyonu
_____	_____	_____

C) 14 Günlük Test & İyileştirme Sprint Planı

Doğrulanmış stratejik içgörülerini iki haftalık bir süre zarfında sahada test etme ve kalıcılaştırma süreci:

- **Gün 1–2: Insight Inbox →Doğrulama → Önceliklendirme**
 - Haftalık AI içgörü havuzu taranır, checklist işletilerek hatalı sinyaller ayıklanır ve en yüksek etkiye sahip ilk 3 içgörü (Top 3) seçilir.
- **Gün 3–4: Hipotez Oluşturma & Test Tasarımı**
 - Seçilen her bulgu için bir "Eğer... Yaparsak... Nedeniyle... Olur" hipotezi kurulur. Test edilecek kreatif varyasyonları veya landing page değişiklikleri tasarlanır.
- **Gün 5–7: Canlıya Alma & Uygulama**
 - Hazırlanan yeni reklam öğeleri, kitleler veya teknik düzeltmeler mecrada yayına alınır. İlk andan itibaren UTM ve GA4 event izleme kodlarının doğruluğu canlı test edilir.
- **Gün 8–10: Ara Değerlendirme & İterasyon**

- Testin ilk evre verileri incelenir; bütçe israfı veya anomali sönümlenmesi var ise ufak optimizasyonlar ve ara iterasyonlar gerçekleştirilir.
- **Gün 11–12: Sonuç Okuma & Öğrenim Yazımı**
 - Test süreci tamamlanarak veriler nihai olarak analiz edilir. Varyasyonların başarı durumu raporlanır ve geleceğe ışık tutacak kurumsal öğrenimler kaleme alınır.
- **Gün 13–14: Playbook Güncelleme & Yeni Sprint Backlog'u**
 - Başarılı olan test çıktıları ana pazarlama kılavuzuna (playbook) birer guardrail (kural) olarak eklenir. Bir sonraki sprint için AI inbox havuzundan yeni adaylar seçilir.

D) Öncesi/Sonrası KPI Tablosu

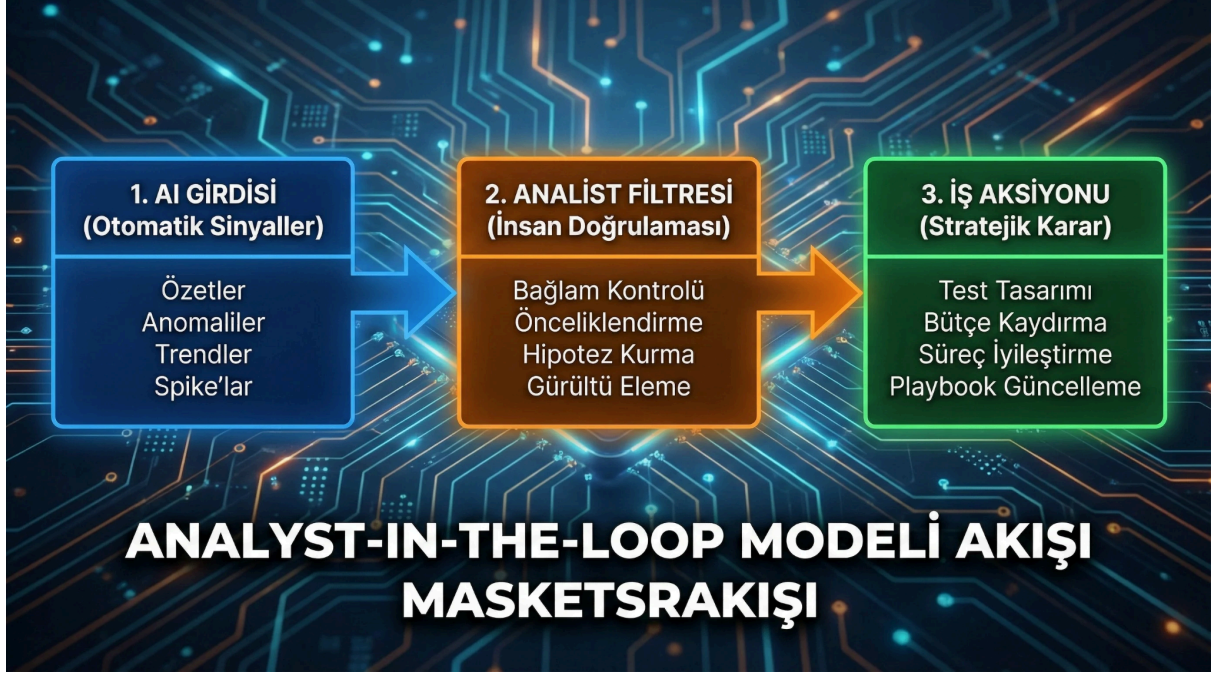
Uygulanan analitik testlerin ve iyileştirme adımlarının performans üzerindeki doğrudan etkisini ölçümleyin:

KPI (image_ee8662.png)	Önce	Sonra	Not
CTR	% —	% —	_____
Engaged Sessions	— —	— —	_____
Conversion Rate	% —	% —	_____
_____	— —	— —	_____

Deliverables (Teslim Edilecek Çıktılar)

- Algoritmik Anomalileri Filtreleyen 1 Sayfalık Haftalık AI Insight Inbox Raporu
- Yanıltıcı Sinyalleri Ayıklayan ve Kalan 3 Stratejik İçgörüyü Metrikleyen Doğrulama Raporu
- İki Haftalık Deney Çıktılarını Sunan 14 Günlük Test Sonuçları + Öğrenimler Dokümanı

- Gelecekte Aynı Hataların Tekrarlanmasını Engelleyen Güncellenmiş Guardrail Dokümanı



[Diagram]

Sol taraftan sağa doğru akan, modern bir teknoloji şirketi iş akışı diyagramı. En solda veri bulutundan beslenen "AI Analitik Motoru" ham içgörü kartlarını fırlatıyor; orta alanda bu kartlar sırasıyla Teknik Ölçüm, Zamanlama ve Sezonsallık filtrelerinden oluşan "İnsan Analist Doğrulama Filtresi (Checklist)" süzgecine giriyor; en sağda ise elenen verilerin "14 Günlük Test Sprinti" ve kurumsal "Playbook Güncelleme" döngüsüne başarıyla aktarıldığını gösteren 16:9 formatında şematik kurumsal illüstrasyon tasarımı.

AI İÇGÖRÜ GÜVENLİK CHECKLIST'İ

- ✓ Kampanya/Sezon bağlamı kontrol edildi
- ✓ Ölçüm doğruluğu (UTM/Event) test edildi
- ✓ İkinci kaynakla (GA4/Panel) doğrulandı
- ✓ Yanlış pozitifler (gürültü) elendi
- ✓ İş etkisine göre önceliklendirildi
- ✓ Aksiyon planı (test/fix) oluşturuldu



[Checklist Card]

Analistlerin masaüstü veya dijital çalışma alanlarında kullanabileceği mat antrasit zeminli infografik kart. Kart üzerinde "Metrik", "Zaman", "Sezon", "Teknik Ölçüm" ve "Çapraz Kaynak" başlıkları; yanlarında ise doldurulmayı bekleyen şeffaf, minimalist onay kutuları ve her adımın kritik önem derecesini belirten neon mavi-sarı renk kodlu uyarı sembolleri içeren 1:1 kare formatında şık kontrol listesi tasarımı.

AI ANOMALİ SİNYALLERİ (Son 7 Gün)

ENGAGEMENT ORANI



-%22
(Kritik
Düşüş)

CTR DEĞİŞİMİ



-%18
(Sapma
Var)

CONVERSION TRENDİ



+%15
(Pozitif
Spike)

NEGATİF YORUM



**Normal
Seviye**
(Stabil)

Not: Tüm sinyaller insan doğrulaması gerektirir.

[KPI Card]

Yapay zekanın veri panellerinde ürettiği uyarı ekranlarını andıran; üst köşesinde yanıp sönen kırmızı bir anomali uyarı ışığı ikonu bulunan, orta yerinde veri setindeki ani "CTR" ve "Conversion" düşüşlerini keskin kırılımlı grafik çizgileriyle gösteren, hemen altında analiste "Kreatif Yorgunluğu Riski / Event Doğrulama Gereksizliği" şeklinde aksiyon yönlendirmesi sunan 1:1 kare formatında dashboard widget mockup tasarımı.