

Ana Sayfa vs Derin Sayfa Backlink Planlama Şablonunu İndir — SEO / URL Targeting (v1.0)

Asset Amacı: Bu şablon; harici bağlantı (backlink) stratejinizde otoritenin site mimarisine dengeli, doğal ve algoritmik olarak en verimli şekilde dağıtılmasını (Link Juice Distribution) sağlamak amacıyla tasarlanmıştır. Temel amacı; tüm PR, editoryal ve outreach bütçesinin sadece ana sayfaya (Homepage) yığılmasını engellemek; ana sayfa, ana kategoriler (Hub/Silo) ve ticari dönüşüm getiren alt sayfalar (Deep/Child Pages) arasında dengeli bir hedefleme matrisi kurarak konu otoritesini (Topical Authority) büyütme ve derin sayfaların arama motoru sonuçlarında (SERP) daha stabil, kalıcı sıralamalar yakalamasını desteklemektir.

Kim Kullanır?: İçerik ve silo mimarisini optimize etmek isteyen otel pazarlama ekipleri, B2B büyüme (growth) departmanları ve ajans teknik SEO stratejistleri.

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- URL Envanterini ve Siloları Çıkarın:** Web sitenizdeki ana hub (kategori/silo) sayfalarını ve bu hub'lara bağlı, ticari değeri yüksek olan derin dönüşüm (konsept, paket, ürün) URL'lerini envantere kaydedin.
- Dağılım Hedeflerini Sabitleyin:** Her bir URL'yi ticari iş etkisi, linklenebilirlik potansiyeli ve otorite ihtiyacına göre (0-8 puan) skorlayın; aylık bütçe/adet bazında ideal hedef yüzdesel dağılım modelinizi (Distribution Matrix) oluşturun.
- Kampanya Brief'lerini Çoklu URL ile Mühürleyin:** Sahaya çıkacak her bir dijital PR veya outreach kampanyası için tek bir jenerik URL yerine, en az 2 hedef URL (Örn: 1 adet Hub URL + 1 adet Destekleyici Ana Sayfa veya Child URL) atayarak süreci tetikleyin.

B) Template (Boş Şablon Alanları)

1) Stratejik URL Envanter Matrisi

Aşağıdaki satır yapısını her bir hedef URL için çoğaltarak harici bağlantı dağıtım boru hattınızı (URL Pipeline) oluşturun:

[Hedef URL Adresi] : _____ (Tam URL)

[Sayfa Mimari Türü] : Homepage (Ana Sayfa) Hub (Silo/Kategori) Deep (Konsept/Ürün) Content (Blog/Asset)

[Bağlı Olduğu Silo] : _____ (Hedef İçerik Kümesi / Cluster)

[Makro İş Etkisi] : Doğrudan Rezervasyon Nitelikli Lead/Form Marka Bilinirliği / PR

■ URL LİNKLENEBİLİRLİK & OTORİTE PUANLAMASI (0 ile 2 Arası Puanlayın)

↳ Doğal Linklenebilirlik [0: Tamamen Ticari | 1: Bilgi Verici/Rehber | 2: Özel Veri/Eşsiz Asset]: ____

↳ Anlamsal Alaka (Relevance) [0: Genel Konu | 1: Sektörel Dikey | 2: Tam Segment/Cluster Eşleşmesi]: ____

↳ Net Otorite İhtiyacı [0: İlk 3'te/Stabil | 1: 2. Sayfada/Potansiyel | 2: Zayıf Link Profili/Yeni URL]: ____

↳ Stratejik Öncelik Skoru [0: Beklemede | 1: Orta Derece | 2: Kritik Hızlı Kazanım (Quick Win)] : ____

[TOPLAM STRATEJİK SKOR] : ____ / 8

[HEDEFLenen LİNK TİPİ] : [] Dijital PR/Basın [] Sektörel Portal [] Niş Blog [] İş Ortağı/Partner

[OPERASYONEL ÖZEL NOT] :

2) Aylık Otorite Dağılım Hedef Matrisi (Target Distribution)

Her ay edinilmesi planlanan toplam bağlantı hacminin mimari tiplerine göre yüzdesel kırılım hedefini bu alana kilitleyin:

- **Ana Sayfa (Homepage) Hedef Payı:** % ____ (Tavsiye Edilen: %20 - %30 Arası Kurumsal Güven İçin)
- **Kategori Hub Sayfaları Hedef Payı:** % ____ (Tavsiye Edilen: %30 - %40 Arası Konu Otoritesi İçin)
- **Derin Konsept Sayfaları (Deep) Hedef Payı:** % ____ (Tavsiye Edilen: %20 - %30 Arası Ticari Sıralama İçin)
- **Destekleyici İçerik/Blog Hedef Payı:** % ____ (Tavsiye Edilen: %10 - %15 Arası Doğal Link Mıknatısı İçin)
- **TOPLAM STRATEJİK DAĞILIM:** % 100

3) Çoklu URL Odaklı Kampanya Brief Şablonu

Ajanlara veya outreach ekiplerine verilecek brief dökümanlarına eklenecek zorunlu alan:

- **Yürütülecek Kampanya / Asset Adı:**
- **Primary Hedef URL #1 (Hub / Silo Başlığı):**
- **Secondary Hedef URL #2 (Homepage / Navigasyonel):**
- **Hedeflenen Yayıncı Kaynak Listesi:**
- **Başarı Ölçüm Kriteri (KPI):** [] Cluster Görünürlük Artışı | [] Spesifik URL Trafikçi | [] Dönüşüm/Rezervasyon

Nasıl Doldurulur? (5 Kritik URL Hedefleme Kuralı)

- En Az 3 Güçlü Hub Belirleyin:** Sitenizde derin sayfalara link basmadan önce mimariyi netleştirin. En az 3 ana "Hub (Silo)" URL'si (Örn: Erken Rezervasyon, Balayı Oteli, Aile Konsepti) yapılandırın ve her bir hub sayfasının altına iç linkleme (internal linking) ile beslenen 5-10 adet "Child (Cluster)" alt içerik bağlayın.
- Ana Sayfayı Tamamen Terk Etmeyin:** Derin sayfa hedefleme stratejisi yürütürken ana sayfayı tamamen link ediniminden mahrum bırakmayın. Ana sayfa markanın kurumsal güven (Trust) ve genel otorite kalkanıdır. Ancak toplam link profilinde ana sayfa payının ezici bir yığılmaya (%70+) ulaşmasına asla izin vermeyin.
- Kullanıcı Niyetini (Intent) Derin Sayfalarla Yakalayın:** Unutmayın, kullanıcıların dönüşüm (rezervasyon/satın alma) niyetleri jenerik ana sayfalarda değil; derin konsept sayfalarında gizlidir. Bu nedenle dijital PR ve outreach çalışmalarınızı sadece ana sayfaya bağlamayarak; niş makaleleri doğrudan derin ticari URL'lerinize yönlendirin.
- İç Linkleme ile "Hub → Child" Akışını Güçlendirin:** Harici kaynaklardan (backlink) bir Hub URL'ye gelen otorite suyunun (link juice), sitenin iç linkleme kurgusu aracılığıyla o hub'a bağlı alt derin sayfalara (child) ve form/rezervasyon motoruna kesintisiz akmasını sağlayın. İç linkleme kurgusu zayıfsa dış linklerin etkisi sınırlı kalır.
- Aylık Düzenli Hedef URL Kırılım Raporu Çıkarın:** Her ayın sonunda sitenizin yeni kazandığı bağlantıların hangi URL tiplerine gittiğini analiz edin. Eğer ana sayfa payı planlanan hedef yüzdenin üzerine çıkıyorsa, bir sonraki ayın outreach brief'lerinde ekipleri sadece hub ve derin sayfa odaklı çalışacak şekilde yeniden konumlandırın.

Gerçek Hayattan Uygulama Örneği

- Hedef Silo / Kategori (Hub):** Sitenin [/antalya-destinasyon-rehberi](#) ana hub sayfası.
- Derin Ticari Sayfa (Deep):** Hub'a bağlı olan [/antalya-aile-oteli-konsepti](#) alt rezervasyon sayfası.
- Yürütülen Kampanya ve Brief Kurgusu:** "Yaz Sezonu Aile Tatili Rehberi" adlı bir dijital PR asset'i üretildi. Hazırlanan yayıncı brief'inde Hedef URL #1 olarak "Antalya Destinasyon" hub sayfası, Hedef URL #2 olarak ise sitenin genel otoritesini desteklemek adına "Ana Sayfa" atanarak çift URL hedeflemesi başarıyla uygulandı.

Operasyonel Kontrol Listesi (QA Checklist)

- Teknik SEO standartlarına göre sitenin en kritik ilk 10 stratejik hedef URL'si matrise girildi mi?
- Web sitesindeki tüm Hub-Cluster (Silo) içerik ve kategori mimarisi haritalandırılarak netleştirildi mi?
- Aylık bütçe planlamasına esas teşkil edecek yüzdesel dış otorite dağılım (Target Pay) hedefleri yazıldı mı?
- Ajanslara ve iç ekiplere verilecek tüm yeni kampanya brief dökümanlarında "Çoklu Hedef URL" alanı zorunlu kılındı mı?

- [] Dağılım dengesini denetlemek amacıyla her ayın ilk haftası çalışacak "Aylık URL Dağılım Raporu" takvime bağlandı mı?

Deliverables (Kullanıcıya Teslim Edilecek Varlıklar)

1. **Skorlama Algoritmaları URL Envanter Matrisi:** Sayfaların linklenebilirlik durumunu ve öncelik skorlarını tutan teknik tablo.
2. **Aylık Yüzdesele Link Dağılım Paneli (Target Matrix):** Ana sayfa ve derin sayfalar arasındaki dengeli anlık simüle eden analitik şablon.
3. **Çoklu URL Odaklı Ajans/Outreach Brief Kiti:** Kampanyalarda doğru URL'lerin hedeflenmesini garanti altına alan kurumsal iletişim dökümanı.

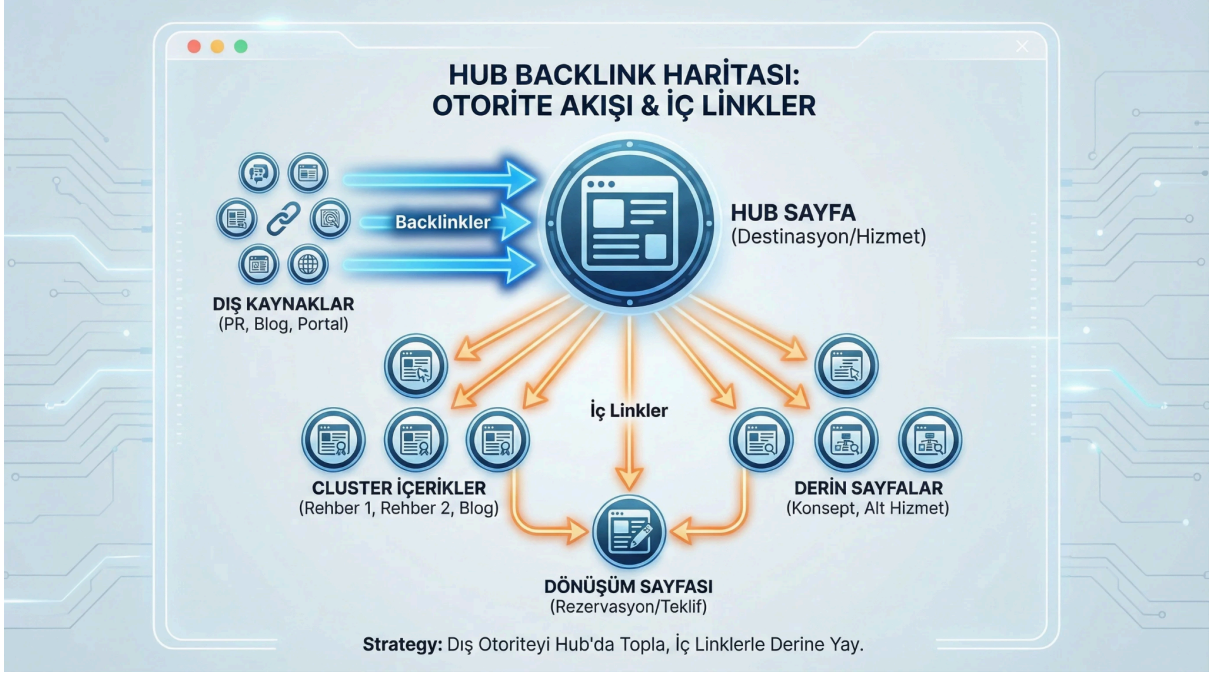
Görsel Yerleşim & Medya Notları

HEDEF URL PLANLAMA CHECKLIST KARTI

- ✓ İlk 10 Hedef URL Çeşitlendirildi (Ana, Hub, Derin)
- ✓ Hub Sayfalar Linklenebilir Varlık İçeriyor (Rehber, Veri)
- ✓ PR Kampanyalarında En Az 2 Hedef URL Kullanılıyor
- ✓ İç Link Yapısı Hub → Child Akışını Destekliyor
- ✓ Aylık Hedef URL Dağılım Raporu Hazırlanıyor
- ✓ Kritik Teknik Sayfalar Stratejiye Dahil Edildi

HEDEF: Ana Sayfa Yığılmasını Kır, Konu Otoritesini Yay.

"Dış bağlantı çalışmalarında hedef URL seçerken sayfa türünün belirlenmesinden, içerik clustersilo uyumuna, iş etkisinden aylık dağılım yüzdelerine kadar kontrol edilmesi gereken adımları barındıran Seçim Kontrol Kartı."



"Dış kaynaklardan gelen editoryal link suyunun (link juice) ana sayfa, kategori hub'ları ve derin ticari child sayfalar arasında nasıl yüzdesel olarak dağıtıldığını ve iç linkleme (internal linking) mimarisiyle silolar arasında nasıl pürüzsüzce aktığını gösteren Otorite Dağılım Akış Diyagramı."