

Backlink Ajansı Değerlendirme & SLA Şablonunu İndir — SEO / Agency Governance (v1.0)

Asset Amacı: Bu şablon, dışarıdan alınan SEO ve link inşası hizmetlerini kontrolsüz bir "link sayısı" tuzağından kurtarmak; ajans süreçlerini kaynak şeffaflığı, editoryal uyumluluk ve katı risk yönetimi ilkeleriyle denetlemek için yapılandırılmıştır. Hizmet Seviyesi Anlaşması (SLA) dahilindeki kırmızı çizgileri (Redlines), kabul kriterlerini ve iş odaklı KPI setlerini standartlaştırarak ajans-marka iş birliğini tamamen ölçülebilir ve kurumsal bir güvence altına alır.

Kim Kullanır?: Otel/B2B üst yönetimi, pazarlama direktörleri, performans pazarlama uzmanları ve ajans operasyon yöneticileri.

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

Ajansın operasyonel metodolojisini skorlayın: Ajansın sunduğu link edinme yöntemlerini, kaynak şeffaflığını, editoryal yaklaşımını ve risk yönetimini 0–14 puanlık matris üzerinden objektif olarak değerlendirin; risk sınıfını (Yeşil/Sarı/Kırmızı) belirleyin.

Katı SLA kurallarını ve kırmızı çizgileri (Redline) kurgulayın: Teslim edilecek bağlantıların hedef URL dağılım oranlarını, anchor text limitlerini, doğal link büyüme hızını (Link Velocity) ve asla kabul edilmeyecek mecra türlerini içeren kurumsal sözleşme ekini hazırlayın.

Aylık raporları şablon matrisiyle denetleyin ve aksiyon alın: Her ay gelen ajans raporunu, iş birliği kalitesi öncesi/sonrası tablosundaki referral, cluster görünürlüğü ve organik gelir metrikleriyle çapraz kontrol edin; 90 günlük revizyon kararlarını proaktif olarak işletin.

B) Template (Boş Şablon Alanları)

1) Ajans Governance Kartı & 2) Kurumsal Zaman Çizelgesi Matrix

Aşağıdaki blok yapısını kopyalayıp kurumsal proje yönetim aracınıza (Jira/Asana) veya takip dökümanınıza entegre edebilirsiniz:

[İş Birliği Başlangıç Tarihi] : _____ | [Sorumlu Yönetici]:

[Genel Süreç Risk Sınıfı] : [] YEŞİL (Güvenli) [] SARI (Tashih Gerekli) [] KIRMIZI (Yüksek Risk)

[Ana Sözleşme Odak Alanı] : [] Hub/Silo Güçlendirme [] Dijital PR [] Teknik Link Reklamasyonu

■ 14 GÜNLÜK AJANS SLA ENTEGRASYON SPRINT PLANI

↳ Gün 1–2: Ajansın mevcut link listesi ve yöntem şeffaflığının geriye dönük analizi:

↳► Gün 3–4: 0–14 skor kartı ile ajansın niteliksel ve operasyonel sınıflandırılması:

↳► Gün 5: Katı sözleşme redline listesinin ve mecra kabul kriterlerinin basılması:

↳► Gün 6–7: Hub/Cluster odaklı hedef URL dağılım ve anchor text limitlerinin tebliği:

↳► Gün 8: Doğal link büyüme hızı (Link Velocity) üst sınırlarının sözleşmeye eklenmesi:

↳► Gün 9–11: Aylık veri raporlama standartlarının ve GA4/GSC entegrasyonlarının sabiti:

↳► Gün 12–14: İlk fatura öncesi SLA kabul imza süreci ve 90 günlük revizyon takvimi:

3) Ölçüm & Önceliklendirme Checklist'i & 4) İç Teknik Denetim Kartı

Her iki alanı da çapraz kontrol (cross-check) amacıyla eksiksiz işaretleyin:

A) Ölçüm & Önceliklendirme Sinyalleri:

Ajansın link bulma ve edinme yöntemlerinin kurumsal şeffaflığı belgelendi mi?

Raporlanan tüm kaynak URL'lerin ham veri setleri ve canlı link çıktıları şeffafça paylaşılıyor mu?

Mecraların editoryal kalitesi, içerik derinliği ve gerçek trafik üretme gücü doğrulandı mı?

Hedef URL stratejisinde ana sayfa yığılması engellenip hub/silo dağılım kuralları konuldu mu?

Ticari kelime manipülasyonunu engellemek için katı bir anchor text politikası çizildi mi?

Olası algoritmik cezalara karşı ajansın proaktif bir risk yönetim ve kriz planı mevcut mu?

Aylık rapor formatı sadece jenerik metrikleri değil, iş KPI'larını (gelir/lead) kapsıyor mu?

B) İç Teknik Kök Neden Denetimi:

Yakın tarihte Deploy / URL Yapı Değişimi Var mı?

robots.txt / Sitemap / Canonical Kuralları Değişti mi?

Sunucuda 404 / 5xx Hata Kodlarında Sıçrama Var mı?

Eş Zamanlı Resmi Bir Google Algoritma Güncellemesi Var mı?

Sitede Yanlışlıkla Noindex / Nooverride Ataması Yapıldı mı?

Sinyal & Teknik Denetim Özet Notu: _____

5) Matematiksel Ajans Değerlendirme Skor Kartı

Kriterleri 0 (Yetersiz / Güvensiz) ile 2 (Tam Uyumlu / Şeffaf) arasında puanlayın. Formül:
 $R_{\text{top}} = \sum(K_i)$

Yöntem Şeffaflığı : ___ / 2 (Linklerin edinilme süreçlerinin etik ve beyaz şapka standartlarına uyumu)

Kaynak Paylaşımı : ___ / 2 (Ajansın yayın yapılacak domain listelerini ve URL detaylarını tam paylaşması)

Editoryal Kalite : ___ / 2 (Yayınlanan metinlerin yapay zeka jeneriğinden uzak, özgün ve katma değerli olması)

Hedef URL Stratejisi: ___ / 2 (Ajansın bağlantıları marka ana sayfası yerine alt stratejik hub'lara dağıtma yetisi)

Anchor Politikası : ___ / 2 (Exact-match ticari manipülasyon yerine brand ve partial odaklı güvenli dağılım)

Risk Yönetimi : ___ / 2 (Spam ataklarına, algoritma güncellemelerine karşı proaktif defans kurguları)

Rapor Kalitesi : ___ / 2 (Raporların teknik metriklerden ziyade referral trafik ve ciro ROI etkisini sunması)

TOPLAM GOVERNANCE SKORU: ___ / 14

[] KIRMIZI FAZ (0–5 Puan): İş Birliğini Durdur / Revize Et | [] SARI FAZ (6–10 Puan): Rapor Eksik & Strateji Zayıf, İkaz Et | [] YEŞİL FAZ (11–14 Puan): Şeffaf Süreç, Kaliteli Kaynak & İş KPI Uyumlu Güvenli Partner

5.1) Sınıflandırma ve Kriz Yönetim Kriterleri

- **KIRMIZI SINIF (Yüksek Risk):** Ajansın PBN (Private Blog Network), footer link veya otomatik bot yazılımları kullanması; yayın yapılacak kaynakları "ticari sır" diyerek gizlemesi; SEO ceza risklerini tetikleyecek şekilde agresif exact-match kelime dayatması yapması durumudur.
- **SARI SINIF (Tashih Gerekli):** Raporlama periyotlarının aksaması veya eksik veri sunulması; linklerin sürekli jenerik sayfalara yönlendirilmesi nedeniyle derin hub/silo stratejisinin zayıf kalması durumudur.
- **YEŞİL SINIF (Tam Uyum):** Süreçlerin tamamen açık, kaynak mecraların editoryal olarak temiz ve otoriter olduğu; raporların doğrudan rezervasyon, lead ve marka aranma trendi gibi net iş KPI'larına bağlı sunulduğu modeldir.

6) İlk 10 Stratejik Aksiyon Listesi

1. Katı kırmızı çizgi (Redline) listesini hazırlayarak ana ajans sözleşmesine resmi ek olarak ekle.
2. Ajansın yayın yaptığı veya yapacağı tüm kaynak URL'lerin tam dökümünü paylaşmasını zorunlu kıl.
3. Bağlantıların en az %60'ının stratejik otel/B2B hub landing page'lerine dağıtılmasını şart koş.
4. Ticari kelime risklerini sınırlamak adına ezici oranda Brand, Çıplak URL ve Partial anchor limiti koy.
5. Sitede yapay link dalgalanması yaratmamak adına aylık doğal link büyüme hızı (Link Velocity) kontrolü ekle.
6. Kaybedilen linklerin takibi için aylık rapora Net RD (Gain-Loss) ve Link Reclamation (Geri Kazanım) maddesi ekle.
7. Aylık teslim raporlarının formatını sabitleyerek karmaşık excel dökümanları yerine bu standart matrise bağla.
8. Başarı kriteri setini jenerik DA/DR artışlarından çıkarıp, doğrudan beslenen hub/cluster kelime sıralamalarına endeksle.
9. Ücretli/sponsorlu mecralarda arama motoru politikalarına tam uyum için sponsorlu içerik şeffaflık yaklaşımını yaz.
10. Her 90 günde bir ajansın performansını ve sözleşme uyumluluğunu değerlendirmek üzere revizyon toplantısını takvime koy.

7) Öncesi / Sonrası Tablosu (İş Birliği Kalitesi)

Uygulanan Gerçek Zamanlı Müdahale Kayıtları:

KPI Grubu	KPI	Önce	30g	60g	90g	Yorum	Aksiyon
Otorite	Kaliteli referring domain	TBD					
Otorite	Editoryal link oranı	TBD					
Sıralama	Cluster ilk 10 oranı	TBD					
Görünürlük	Cluster görünürlük trendi	TBD					
Trafik	Hedef sayfa organik oturum	TBD					

Dönüşüm	Lead / Rezervasyon adedi	TBD					
Gelir	Organik gelir / Pipeline	TBD					

Gerçek Hayattan Uygulama Örneği

Olay Senaryosu: Ajansın aylık periyotta teslim ettiği 50 adet bağlantının büyük kısmının alakasız forum footer'larından ve gizli blog ağlarından (PBN) geldiği; anahtar kelimelerde ise aşırı ticari exact-match kullanıldığı fark edildi.

Teknik Kök Neden Analizi: Sitede herhangi bir teknik deploy hatası veya robots engeli yok. Organik görünürlükteki durgunluğun ajansın kalitesiz link inşası yöntemlerinden kaynaklandığı doğrulandı.

Matematiksel Yönetim Sınıfı: Skor kartı üzerinde yapılan değerlendirmede süreç gizliliği, editoryal yetersizlik ve anchor manipülasyonu nedeniyle toplam puan 3 (KIRMIZI FAZ) olarak hesaplandı. Akut kriz moduna geçildi.

90 Günlük Yönetim Çıktısı: Gün 0'da ajansa SLA sözleşme eki tebliğ edilerek redline kuralları işletildi. Gün 30'da kaynak şeffaflığı sağlandı ve zararlı bağlantılar durduruldu; Gün 90'da editoryal link oranı %85'e çıkarılarak hedef cluster sayfalarında cezai işleme uğramadan %34 organik trafik ve rezervasyon artışı elde edildi.

Deliverables (Teslim Edilecek Kurumsal Dökümanlar)

- **SLA Taslağı & Redline Ekleri:** Hukuki ve teknik güvence sağlayan, kabul edilmeyen mecra türlerinin ve kuralların listelendiği ana sözleşme eki metni.
- **Aylık Standart Rapor Şablonu:** Ajansın her ay doldurmakla yükümlü olduğu, iş odaklı ROI ve link sağlık metriklerini barındıran merkezi yönetim dökümanı.
- **Ajans Değerlendirme Skor Kartı:** Yeni ajans seçimlerinde veya mevcut partner denetimlerinde tarafsız puanlama sağlayan 0-14 kurumsal matris paneli.

Operasyonel Kontrol Listesi (QA Checklist)

[] Ajansın operasyonel süreçleri ve link inşası metodolojisi 0-14 skor kartı kriterlerine göre eksiksiz puanlanıp risk sınıfı belirlendi mi?

[] Asla izin verilmeyecek mecra ve yöntemleri içeren kurumsal Kırmızı Çizgi (Redline) maddeleri ana SLA sözleşmesine resmi ek olarak eklendi mi?

[] Ajansın teslim edeceği tüm bağlantılarda ana sayfa yığılmasını önleyecek hub/silo dağılım oranları ve güvenli anchor limitleri tescil edildi mi?



[] Net RD (Gain-Loss) değişimi, yönlendirme trafiği ve cluster kelime başarı setini içeren aylık standart raporlama alanları sabitlendi mi?


[] İş birliğinin ticari gidişatını, lead/rezervasyon ROI etkilerini denetlemek üzere 30, 60 ve 90 günlük periyodik revizyon takvimi kuruldu mu?

Görsel Yerleşim & Medya Notları

The graphic features a dark, blurred background of an office interior. A semi-transparent white rounded rectangle is centered, containing the title 'AJANS BRİFİNG CHECKLIST'İ' in large, bold, white capital letters. Below the title, four items are listed, each with an icon on the left and a green checkmark on the right. The items are: 'Kaynak Tipi ve Örnekleri' (document icon), 'SLA Redline Maddeleri' (clipboard icon), 'Raporlama Standardı' (document icon), and 'KPI'lar İş Hedefine Bağlantısı' (bar chart icon). At the bottom left of the graphic is the DGTLFACE logo, which consists of a stylized 'D' with a green square inside, followed by the text 'DGTLFACE' in white capital letters.

AJANS BRİFİNG CHECKLIST'İ

-  Kaynak Tipi ve Örnekleri ✓
-  SLA Redline Maddeleri ✓
-  Raporlama Standardı ✓
-  KPI'lar İş Hedefine Bağlantısı ✓



"Ajans seçim süreçlerinde ve ilk iş ortaklığı toplantılarında; yöntemsel şeffaflık, editoryal standartlar, anchor politikası ve kaynak havuzu güvenliği kriterlerinin eksiksiz aktarılmasını sağlayan Kurumsal Ajans Briefing Kartı."



"Hizmet Seviyesi Anlaşması (SLA) kapsamında ajanslardan talep edilen sözleşme eklerinin, aylık sabit veri rapor dökümanlarının ve 0-14 governance skor kartı çıktılarının kurumsal standartlara uyumunu tescil eden Hizmet Teslim Güvence Kartı."