

# Brand Mention → Link Takip & E-posta Şablonunu İndir — SEO / Brand Mentions (v1.0)

**Asset Amacı:** Bu şablon; dijital ekosistemde, haber sitelerinde, seyahat bloglarında veya sektörel portallarda oteliniz veya markanız hakkında yayınlanmış ancak web sitenize aktif bir köprü (hyperlink) verilmeden bırakılmış "linksiz marka anmalarını" (unlinked brand mentions) sistematik bir şekilde tespit etmek, analitik kriterlerle puanlamak ve optimize edilmiş outreach şablonlarıyla yüksek dönüşümlü editoryal bağlantılara dönüştürmek için hazırlanmıştır. Temel amacı, sıfırdan agresif bir link inşası (link building) süreci yürütmek yerine, markaya zaten halihazırda aşına olan ve güven duyan yayıncılar üzerinden çok daha düşük operasyonel eforla sürdürülebilir, güvenli ve yüksek ROI'li arama motoru otoritesi kazanmaktır.

**Kim Kullanır?:** Otel pazarlama ekipleri, otel halkla ilişkiler (PR) sorumluları, B2B büyüme (growth) departmanları ve dijital pazarlama ajanslarının SEO/PR ekipleri.

## Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Linksiz Bahisleri Keşfedin ve Filtreleyin:** Google Alerts, Brand24, Ahrefs Alerts veya Talkwalker gibi monitoring (dinleme) araçlarını kullanarak markanızın geçtiği güncel/geçmiş kaynak listesini çıkarın; web sitenize link vermeyen (unlinked) platformları ayıklayarak şablona yükleyin.
- Matris Skoru ile Önceliklendirin:** Keşfedilen her bir platformu; anlamsal alaka, alan adı otoritesi, anılma bağlamı ve iletişim kolaylığı kriterlerine göre (0-8 puan arası) objektif olarak skorlayarak en verimli "A Grubu" fırsatları belirleyin.
- Kademeli İletişim Protokolünü Başlatın:** Belirlenen öncelikli hedeflere şablonda yer alan kısa, net ve tek odaklı e-posta/DM setini kullanarak ilk teması kurun; 3-5 günlük follow-up ve 7-10 günlük kapanış (ping) döngüsüyle süreci tamamlayıp loglayın.

## B) Template (Boş Şablon Alanları)

### 1) Brand Mention Takip & Dönüşüm Sheet'i

Aşağıdaki satır yapısını kopyalayıp kurumsal takip dökümanınıza (Excel/Sheets) birer sütun başlığı olarak ekleyerek linksiz marka anmaları boru hattınızı (pipeline) anlık olarak yönetebilirsiniz:

[Bahsedilen URL] :

(Mention URL)

[Yayıncı Alan Adı] :

(Referrer Domain)

[Mention Bahis Türü] : [ ] Liste/Top-X [ ] Basın Bülteni/Haber [ ] Destinasyon Rehberi [ ]

Sektörel Analiz

[İçerik Bağlamı] :  Pozitif (Övgü/Tavsiye)  Nötr (Sadece İsim)  Negatif (Kritik/Şikayet)

[Unlinked Kontrolü] :  Evet (Link Yok - Outreach'e Hazır) |  Hayır (Halihazırda Link Var)

[Köprülenen Hedef URL]:

---

(Sitenizdeki Uyumlu URL)

■ STRATEJİK BAHİS PUANLAMA MATRİSİ (0 ile 2 Arası Puanlayın)

↳► Anlamsal Alaka (Relevance) [0: Alakasız Sektör | 1: Genel Turizm | 2: Tam Segment Eşleşmesi]: \_\_\_\_

↳► Alan Adı Otoritesi & Güven [0: <10k Trafik | 1: DA 20-45 Orta | 2: DA 45+ Premium Medya] : \_\_\_\_

↳► Anılma Bağlamı Gücü [0: Yan Cümle/Atıf | 1: Konsept Entegrasyonu | 2: Doğrudan Otel Odaklı] : \_\_\_\_

↳► Operasyonel Kolaylık Skoru [0: İletişim Yok | 1: Form var/Yavaş | 2: Doğrudan Editör/Tanıdık]: \_\_\_\_

[TOPLAM STRATEJİK SKOR] : \_\_\_\_ / 8

[AKSİYON ÖNCELİK GRUBU] :  A Sınıfı (Skor: 6-8) |  B Sınıfı (Skor: 4-5) |  C Sınıfı (Skor: <4)

[İLETİŞİM KANALI SEÇİMİ]:  Kurumsal E-posta  LinkedIn Mesaj  Sosyal Medya DM  
[İlk Gönderim Tarihi] : \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / 2026

[Follow-up Gönderimi] : \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / 2026 (İlk mesajdan 3-5 gün sonra)

[Kapanış / Son Ping] : \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / 2026 (İlk mesajdan 7-10 gün sonra)

[NİHAİ DÖNÜŞÜM DURUMU] :  Link Başarıyla Eklendi  Yayıncı Reddetti  Yanıt Yok/Beklemede

[EDİTÖRYAL OPERASYON NOTU]:

---

---

## C) E-posta ve İletişim Şablon Seti

### 1) Adım: İlk İletişim — Mention Var, Link Yok (Genel / Nazik / Net)

- **Konu Satırı:** [İçerik Adı / Makale Başlığı] içeriğiniz için Kaynak Link Ekleme Ricası

Merhaba [İsim / Sayın Editör],

Yayınlamış olduğunuz [İçeriğin Tam Adı / Başlığı] başlıklı güncel yazınızda [Marka / Otel Adı]'na ve destinasyon konseptimize yer verdiğiniz için çok teşekkür ederiz.

Sitenizi ziyaret eden okuyucularınızın bahsettiğiniz ayrıntılara, konsept detaylarına veya resmi kurumsal bilgilere doğrudan ve pürüzsüz bir şekilde

ulaşabilmesi adına, ilgili bölümdeki marka ismimize şu resmi sayfamızı tamamlayıcı bir kaynak köprüsü olarak eklemeniz mümkün müdür?

**[Hedef Güncel URL]**

Değerli desteğiniz, vaktiniz ve editoryal kaliteniz için çok teşekkürler, iyi çalışmalar dilerim.

Sevgiler,

**[Adınız] — [Kurumsal Pozisyonunuz]**

**2) Adım: Follow-up — Hatırlatma Mesajı (İlk Mesajdan 3–5 Gün Sonra)**

- **Konu Satırı:** Re: [İçerik Adı] İçeriğiniz İçin Kaynak Link Ekleme Ricası

Merhaba [İsim],

Yoğun gündeminiz arasında gözden kaçmış olabileceği düşüncesiyle küçük ve kısa bir hatırlatma bırakmak istedim.

Geçtiğimiz günlerde bahsettiğim üzere, ilgili yazınızda okuyucularınızın kurumsal/resmi bilgilere pürüzsüzce ulaşabilmesi adına marka ismimize şu resmi sayfamızı kaynak olarak ekleme şansınız oldu mu?

**[Hedef Güncel URL]**

Gösterdiğiniz ilgi ve nezaket için şimdiden çok teşekkürler.

İyi çalışmalar,

**[Adınız]**

**3) Adım: Kapanış & Son Ping (İlk Mesajdan 7–10 Gün Sonra)**

- **Konu Satırı:** Re: [İçerik Adı] İçeriğiniz İçin Kaynak Link Ekleme Ricası (Son Not)

Merhaba [İsim],

Bu konuyla ilgili sizi daha fazla meşgul etmemek adına son kez küçük bir ping atmak istedim; eğer platform kurallarınız veya editoryal politikanız gereği link eklemesi uygun değilse hiçbir sorun yok, kararınızı tamamen saygıyla karşılıyorum.

İlerleyen dönemlerde destinasyon trendleri, sektörel veriler veya özel içerik ihtiyaçlarınızda uzman kadromuzla size destek olmaktan ve editoryal süreçlerinize katkı sağlamaktan memnuniyet duyarız.

Her şey için çok teşekkürler, yayın hayatınızda başarılar dilerim.

Saygılarımla,

[Adınız]

## Nasıl Doldurulur? (5 Kritik Dönüşüm Kuralı)

- Negatif ve Alakasız Bahisleri En Başta Eleyiniz:** Marka taraması esnasında karşınıza çıkan şikayet odaklı, kriz içerikli veya otel konseptinizle, destinasyonunuzla zerre bağı olmayan tamamen alakasız niş dışı mecraları matrise hiç dahil etmeyin. Sadece markanıza katma değer, pozitif E-E-A-T sinyali veya nitelikli referral trafik üretebilecek mecraları boru hattına sokun.
- Derinlemesine Anlamsal URL Eşleşmesi Yapın:** En sık yapılan outreach hatalarından biri, tüm link taleplerini doğrudan sitenin ana sayfasına (/) yönlendirmektir. Eğer bir seyahat yazarı yazısında otelinizin spalarından veya lüks restoranından bahsediyorsa, talep edeceğiniz link kesinlikle ana sayfa değil; doğrudan o konsepti işleyen spesifik landing page (/spa-wellness veya /gastronomi-restoran) olmalıdır.
- E-postayı Mikro Boyutta, Kısa ve Tek İstek Odaklı Tutun:** Göndereceğiniz mesaj toplamda 6 ile 10 satırı asla geçmemelidir. Editörlerin ve gazetecilerin vakti kısıtlıdır. İçerikte lafı dolandırmayın, samimi bir teşekkürün ardından tek bir net istekte bulunun (Link yerleşimi) ve e-postayı kapatın. Satış yapmaya veya başka talepler sıralamaya çalışmayın.
- "1 Hatırlatma + 1 Kapanış" Kuralına Kesinlikle Sadık Kalın:** İletişim süreçlerinde yayıncıları taciz etmeyin. İlk e-postadan sonra yanıt gelmezse 3 ila 5 gün bekleyip nezaket dolu tek bir follow-up geçin. Yine yanıt alınmazsa 7 ila 10 gün içinde şık bir kapanış (son ping) mesajı atarak boru hattındaki o satırı kapatın. Israrcı mailler markanızın spam listelerine girmesine yol açar.
- Aylık Düzenli Konsolide Rapor Hazırlayın:** Her ayın sonunda reclamation ve mention takibinden kazanılan toplam canlı link sayısını, elde edilen net yönlendirme (referral) trafik artışlarını ve bu trafikten rezervasyon motoruna geçen kullanıcıların makro KPI dönüşümlerini üst yönetime raporlayarak stratejiyi besleyin.

## Gerçek Hayattan Uygulama Örneği

- Keşfedilen Mecra / URL:** Sektörün bilinen bir seyahat dergisinin dijital edisyonundaki "2026 Yılında Türkiye'de Ziyaret Edilmesi Gereken En İyi 10 Resort" makalesi.
- Mevcut Durum Analizi:** Yazıda otelin ismi kalın puntolarla (bold plain text) geçiyor, övgüyle bahsediliyor ancak markaya verilmiş herhangi bir tıklanabilir link bulunmuyor.
- Uygulanan Stratejik Aksiyon:** Editöre, yazıda bahsedilen spesifik oda segmentine ait olan yerelleştirilmiş /executive-suites sayfa linkini içeren 1. Adım "Mention var, link yok" şablonu ile kurumsal bir e-posta iletildi.
- Operasyonel Sonuç:** Editör e-postaya 48 saat içinde pozitif dönüş sağladı; linksiz anma, anında yüksek otoriteli editoryal bir backlink'e dönüştü.

## Operasyonel Kontrol Listesi (QA Checklist)

- [ ] Monitoring taramalarında karşımıza çıkan tüm negatif, kriz içerikli veya marka itibarını zedeleyen alakasız mecralar elendi mi?
- [ ] Linksiz marka anmasının geçtiği tam editoryal bağlam incelenerek, sitenin en doğru alt/kategori URL'si ile eşleştirme yapıldı mı?
- [ ] Gönderilecek outreach e-postalarının kurumsal, imzalı, imla kurallarına uygun, en fazla 6-10 satır arası ve tek istek odaklı olması doğrulandı mı?
- [ ] Süreç yönetiminde yayıncıları sıkboğaz etmeyecek "1 Hatırlatma + 1 Kapanış" zamanlama takvimi ve kuralları sisteme işlendi mi?
- [ ] Ay sonunda kazanılan tüm editoryal bağlantıların sitenin SEO görünürlük, referral trafik ve lead kalitesi KPI'larına etkisi için raporlama yapısı kuruldu mu?

## Deliverables (Kullanıcıya Teslim Edilecek Varlıklar)

1. **Puanlama Algoritmali Mention Takip Sheet'i:** Linksiz marka bahislerinin, operasyonel durumlarının ve kazanılan otoritenin izlendiği pipeline tablosu.
2. **Kademeli İletişim Outreach Şablon Seti:** İlk temas, follow-up ve kapanış adımlarını içeren, kopyalanıp özelleştirilmeye hazır metin paketi.
3. **Aylık Performans ve KPI Konsolidasyon Logu:** Edinilen editoryal linklerin arama motoru sinyallerine ve ticari dönüşümlere katkısını gösteren analitik özet dökümü.

## Görsel Yerleşim & Medya Notları

### MENTION → LINK HIZLI UYGULAMA KARTI

- ✓ Negatif/Alakasız Mention'lar Elendi
- ✓ Her Fırsatta Doğru Hedef URL Seçildi  
(Otel: Konsept / B2B: Case)
- ✓ E-posta Şablonları Kısa ve Nazik  
(Tek İstek)
- ✓ 1 Follow-up + Kapanış Takvimi  
Oluşturuldu
- ✓ Aylık Rapor (Kazanılan Link + KPI)  
Hazırlandı

**HEDEF: Düşük Eforla Sürdürülebilir Otorite.**

"İnternet genelindeki linksiz marka bahislerini keşfederken, filtrelerken, puanlarken ve editörlerle kusursuz bir iletişim döngüsü yürütürken takip edilmesi gereken tüm adımları özetleyen Mention → Link Hızlı Süreç Kartı."



"Dijital monitoring araçlarıyla unlinked mention'ların yakalanması, 0-8 matris puanlamasıyla elenmesi, kademeli e-posta şablonlarıyla (İlk Mesaj → Follow-up → Kapanış) işlenmesi ve nihayetinde yüksek otoriteli canlı editoryal linke dönüşüm safhalarını gösteren Uçtan Uca Mention Dönüşüm Akış Diyagramı."