

# Dark Social Uyumlu İçerik & Proxy KPI Planlama Şablonu — Dark Social Kit (v1.0)

**Asset Amaç:** Bu şablon, DM/WhatsApp/topluluk paylaşımlarını artıracak “paylaşılabilir içerik” slotlarını planlamanızı ve dark social etkisini proxy KPI'larla izleyebilmenizi sağlar. Özel landing/UTM ve kupon/ref kodu alanlarını standartlaştırır. Çoklu sinyal yaklaşımıyla doğrudan ölçümün olmadığı yerde güvenli tahmin modeli kurar.

**Kim Kullanır?:** Otel, restoran, sağlık, eğitim ve referans ağı güçlü B2B markalar; mesaj yönetimi ve CRM altyapısı olan ekipler.

## Nasıl Kullanılır?

- Hedef kitlenizin kendi aralarında gizlice paylaşmak isteyeceği shareable içerik türlerini seçip içerik takviminizde her hafta için özel slotlar açın.
- İzlenemeyen trafiği anlamlandırmak adına paylaşıma uygun özel landing sayfaları, UTM standartları veya kişiye/gruba özel kupon ve referans (ref) kodları tanımlayın.
- Doğrudan ölçümün bittiği gri alanlarda çoklu sinyal yaklaşımını devreye sokun; aylık proxy KPI review seansları ile planı güncelleyip şablonu 180 günde bir yenileyin.

## AUDIT SHEET – Dark Social Plan & Proxy KPI (Boş Şablon)

### 1) Dark Social Olgunluk Skoru (0–2)

10.06.2026 tarihi itibarıyla markanızın ölçülemeyen kulaktan kulağa (word-of-mouth) sosyal medya gücünü ve teknik takip altyapısını puanlayan olgunluk matrisi aşağıdadır:

- 0 Puan — Başlangıç Seviyesi:** Paylaşılabilir slot planı yok; tüm trafik analitiği varsayılan GA4 direkt trafik (direct/none) havuzuna düşüyor; proxy KPI veya izleme kodu kullanılmıyor.
- 1 Puan — Gelişmekte Olan Seviye:** İçerikler el yordamıyla WhatsApp/DM odaklı üretiliyor; bazı kampanyalarda jenerik kupon kodları var ancak DM etiketleme ve UTM standardı bulunmuyor.
- 2 Puan — İleri Seviye / Optimize:** Özel izole landing sayfaları aktif; DM/WhatsApp yönlendirmeleri gelişmiş proxy KPI'lar ve CRM kodlarıyla takip ediliyor; içerik takviminde paylaşıma özel slotlar yer alıyor.

### 2) Kırmızı / Sarı / Yeşil Durum Notları

- Kırmızı (Kritik Seviye):** SMM performans raporlarında yüksek oranda anlamsız "Direct" trafik patlaması var. Kitlenin içeriği birbirine nasıl ve nereden gönderdiği bilinmiyor. DM ve WhatsApp gelen kutusu trafiği etiketlenmeden, ham veri olarak CRM'e aktarılıyor.
- Sarı (Uyanık Olunması Gereken Seviye):** İçeriklerin paylaşım (share) sayıları yüksek ancak bu sinyallerin web sitesi trafiğine veya B2B demo/otel rezervasyon taleplerine dönüşünü doğrulayacak proxy KPI (dolaylı metrik) eşleştirmeleri henüz sisteme entegre edilmemiş.
- Yeşil (Güvenli Seviye):** WhatsApp/DM butonları için özel UTM şablonları devrede. Kampanya kuponları topluluklara özel kısımlarla takip ediliyor. Doğrudan

izlenemeyen gri trafik, çoklu sinyal analizi ve kontrollü tahmin modelleriyle güvenle anlamlandırılıyor.

### 3) Haftalık İçerik Slot Planı Matrisi

Slot No	İçerik Türü (Shareable)	Hedef Paylaşım Kanalı	Özel Link / UTM Yapısı	Kupon / Ref Kodu	Hedef Kitle Motivasyonu	Sorumlu	Durum
Slot 1	...	...	...	...	...	...	...
Slot 2	...	...	...	...	...	...	...

### 4) Öncesi / Sonrası KPI Tablosu

Metrik / Proxy KPI	Önce	Sonra	Doğrulama / Çoklu Sinyal Kaynağı
GA4 Unattributed / Direct Trafik Oranı	...	...	GA4 Traffic Acquisition
İçerik Başına Kaydedilme/Paylaşılma Oranı	...	...	In-app Instagram / LinkedIn Insights
DM / WhatsApp Gelen Kutusu Mesaj Hacmi	...	...	Sosyal Medya CRM / Chatbot Analytics
Kupon / Ref Kodu Kullanım Frekansı	...	...	E-ticaret / Otel PMS / B2B CRM Paneli
Özel Landing Sayfası Tekil Ziyaretçi Sayısı	...	...	GA4 Real-time & Landing Page Report

## 5) Teslim Edilecek Çıktılar (Deliverables)

- **Shareable İçerik Kataloğu:** Kullanıcıların arkadaş gruplarına, iş arkadaşlarına veya ailelerine "bunu mutlaka görmelisin" diyerek göndermek isteyeceği (fiyat şeffaflığı, gizli rehberler, sektörel infografikler vb.) içerik formatları kütüphanesi.
- **Özel Landing + UTM Standardı:** Dark social kanallarından (WhatsApp, Telegram, Slack, DM) gelecek olan trafiği GA4 üzerinde "Direct" yerine doğru kaynaklara yazacak izole sayfa mimarisi ve UTM isimlendirme kılavuzu.
- **Kupon / Ref Kod Sözlüğü:** İzlenmesi imkansız olan kapalı topluluklarda, kulaktan kulağa yayılan satış ve lead dönüşümlerini net olarak ölçebilmeniz için tasarlanmış kod hiyerarşisi kılavuzu.
- **DM Etiketleme Sözlüğü:** Gelen mesaj kutunuza düşen müşteri veya acente sorgularını niyetlerine göre (Fiyat, Şikayet, Demo, Bilgi Talebi) etiketleyerek analiz etmenizi sağlayan topluluk yönetim sözlüğü.
- **Aylık Proxy KPI Dashboard:** Doğrudan izleme kodlarının çalışmadığı senaryolarda; etkileşim dalgalanmaları, direct trafik sıçramaları ve form doldurma hacimlerini çapraz kontrol ederek güvenli tahmin modeli sunan analitik gösterge paneli.



[Diagram] — DM/WhatsApp Paylaşım Akışı + Özel Landing Diyagramı

*Bir kullanıcının kapalı bir grupta veya DM'de içeriği paylaşmasıyla başlayan, izlenemeyen bu aksiyonun alt yapıdaki özel UTM'li landing sayfaları, kişiselleştirilmiş ref kodları ve CRM DM etiketleme filtreleri sayesinde nasıl anlamlı ve ölçülebilir bir pazarlama datasına dönüştüğünü gösteren teknik veri akış şeması*

## Dark Social Uyumlu İçerik Checklist

- ✓ 1- Net, Kısa ve Pratik
- ✓ 2- "Kime Gönderebilirim?" Hissi
- ✓ 3- Tek Ekranda Anlaşılır
- ✓ 4- Mini PDF/Template Formatı
- ✓ 5- DM'ye Yönlendiren Net CTA

DGTLFACE

[Checklist Card] — Dark Social Uyumlu İçerik Checklist Kartı

*İçerik üretim ve sosyal medya ekiplerinin, hazırladıkları post, reel veya carousel içeriklerinin yayına girmeden önce "gerçekten paylaşılmaya değer mi?" sorusunu doğrulayabileceği, shareable tetikleyicileri ve proxy KPI takip kodlarını içeren kompakt, scannable masaüstü kontrol kartı tasarımı*