

Etkinlik/Webinar Zaman Çizelgesi & Kayıt Kampanyası Planlama Şablonu — SMM / Event Lead Gen (v1.0)

Asset Amaç: Bu şablon, etkinlik veya webinar kayıt kampanyalarını tek seferlik duyurular yerine zaman hassas bir dönüşüm hunisi kurarak teaser → launch → reminder → last call dalgalarıyla planlamak üzere hazırlanmıştır. Her dalgada kitle, mesaj, teklif ve KPI eşleşmesini netleştirerek hem toplam kayıt sayısını hem de nihai katılım oranını eş zamanlı artırmayı amaçlar. Ayrıca CRM/mailling list akışı ile KVKK (Kişisel Verilerin Korunması Kanunu) onayı kontrol adımlarını kurumsal bir standart altına alır.

Kim Kullanır?: Otel etkinlikleri (konser, gala, özel konsept partiler) düzenleyen pazarlama ekipleri ile B2B webinar serileriyle nitelikli lead ve satış pipeline'ı büyüten markalar.

Nasıl Kullanılır?

- Planlanan etkinlik veya webinar tarihini (T-0) merkez baz alarak geriye dönük 4 stratejik reklam dalgasının takvim aralıklarını netleştirin.
- Her reklam dalgası için hedef kitle segmentini, kreatif mesaj omurgasını ve dönemsel harekete geçirici mesajları (CTA) doldurun.
- Kayıt işlemi tamamlandıktan sonra devreye girecek olan besleme (nurturing) e-posta/CRM senaryosunu ekleyin ve platform metriklerini rapora bağlayın.

TEMPLATE — Planlama Şablonu (Kopyala–Doldur)

1) Etkinlik / Webinar Temel Bilgileri

- Etkinlik Türü:** B2B Webinar | Canlı Konser / Sanatçı Etkinliği | Kurumsal Gala Gecesi | Workshop / İnteraktif Eğitim
- Etkinlik Tarihi & Saati:** ____ / ____ / 2026 - Saat: ____ : ____
- Etkinlik Lokasyonu (Fiziksel ise):**

- Kayıt Açılış Sayfası (Landing Page) / Lead Formu Linki:**

- İçeriğin Ana Değer Vaadi (1 Cümle):**

- Ana Harekete Geçirici Mesaj (CTA):** Hemen Kayıt Ol | Biletini Al | Koltuğunu Ayırt | RSVP / Lütfen Cevap Veriniz

2) Stratejik Hedef Tanımı

- Birincil Hedef Göstergesi:** Toplam Kayıt Sayısı (Registration) | Nitelikli Lead Adedi | RSVP Form Onayı
- İkincil Hedef Göstergesi:** Etkinlik Günü Canlı Katılım Oranı (%) | Doğrudan Bilet Satışı | Satış Ekibi Toplantı Talebi (Meeting) (Varsayım: Toplanan lead verisinin nihai ticari değere ve katılım oranına dönüşmesini izlemek amacıyla ikincil hedef eklenmiştir).
- Ana KPI Seti Göstergeleri:** Form Başına Maliyet (CPL) + Canlı Katılım Oranı (%) + Son 48 Saat İçinde Gelen Kayıt Payı (%)

3) 4 Dalga Zaman Çizelgesi (Timeline)

- **1. Dalga: Teaser (T-21 ile T-14 Gün Arası):** Tarih Aralığı: ____ / ____ - ____ / ____
- **2. Dalga: Launch / Lansman (T-14 ile T-7 Gün Arası):** Tarih Aralığı: ____ / ____ - ____ / ____
- **3. Dalga: Reminder / Hatırlatma (T-7 ile T-3 Gün Arası):** Tarih Aralığı: ____ / ____ - ____ / ____
- **4. Dalga: Last Call / Son Çağrı (T-48 Saat ile T-0 Arası):** Tarih Aralığı: ____ / ____ - ____ / ____

4) Kitle Planı (Huni Segmentasyonu)

- **Cold (Soğuk Kitle):** Sektörel ilgi alanları, otel pazar demografileri veya Benzer Hedef Kitleler (Lookalike/LLA) → **Dalga Amacı:** Merak uyandırma, içerik farkındalığı. (Varsayım: İlk dalgada geniş kitlelerin dikkatini çekerek kanca oluşturmak).
- **Warm (Ilık Kitle):** Sayfa videolarını izleyenler, sosyal medya profiliyle etkileşime girenler ve web sitesi ziyaretçileri → **Dalga Amacı:** Doğrudan form kaydı alma.
- **Hot (Sıcak Kitle):** Kayıt sayfasını ziyaret edip formu doldurmamışlar veya form doldurmaya başlayıp bırakanlar (form start) → **Dalga Amacı:** Son çağrı (last call) ile dönüşümü tamamlama.

5) Mesaj & Kreatif Planı (Her Dalga İçin Özel)

- **1. Dalga: Teaser**
 - *Kreatif Teması:* Problem tespiti, sektörel içgörü veya otel için benzersiz deneyim ipuçları.
 - *Giriş Kancası (Hook):*

 - *Kanıt / Argüman:*

 - *CTA Seçimi:* Detayları İncele | Ön Bilgi Al
- **2. Dalga: Launch**
 - *Kreatif Teması:* Resmi gündem/akış (agenda) maddelerinin duyurulması ve resmi kayıt kapılarının açılması.
 - *Giriş Kancası (Hook):*

 - *CTA Seçimi:* Şimdi Kayıt Ol | Yerinizi Ayırtın
- **3. Dalga: Reminder**
 - *Kreatif Teması:* Konuşmacıların/sanatçıların tanıtımı, önceki etkinliklerden somut görüntüler veya katılımcı yorumları (sosyal kanıt).
 - *Giriş Kancası (Hook):*

 - *CTA Seçimi:* Ücretsiz Kaydol | RSVP Formunu Doldur
- **4. Dalga: Last Call**
 - *Kreatif Teması:* Zamanın daraldığı vurgusu (FOMO), kontenjan sınırı uyarısı ve net agresif kapanış çağrısı.

- Giriş Kancası (Hook):

- CTA Seçimi: Son Şans, Kaydol | Giriş Biletini Al

6) Form / Landing Page Teknik Kontrol Listesi

- **Mobil Hız Optimizasyonu:** Sayfa açılış hızının ve form yüklenme süresinin mobil cihazlarda sorunsuz olduğu doğrulandı.
- **Form Alanı ve Kalite Filtresi:** B2B için form alanlarının minimumda tutulduğu, nitelikli katılım için şirket e-postası veya unvan filtresinin aktif edildiği kontrol edildi.
- **KVKK & Veri Güvenliği Uyum:** Formun altında zorunlu KVKK açık rıza onay kutusunun, aydınlatma metninin ve veri işleme politikası linklerinin yasal mevzuata tam uyumlu yerleştirildiği teyit edildi.
- **CRM Entegrasyon Senkronizasyonu:** Form doldurulduğu anda verinin CRM sistemine veya e-posta pazarlama veri tabanına gecikmesiz (real-time) aktığı saptandı.

7) Nurturing Planı (Kayıt Sonrası Otomasyon Akışı)

- **Anında Onay E-postası:** Var | Yok → Giriş bilgileri, takvime ekle butonu ve etkinlik özeti gönderimi.
- **T-48 Saat Hatırlatması:** Var | Yok → Etkinliğe 2 gün kaldığını bildiren ve katılımı pekiştiren hatırlatma mesajı.
- **T-2 Saat Son Dakika Uyarısı:** Var | Yok → Canlı yayın izleme veya fiziksel kapı giriş linkini içeren acil durum bildirimi.
- **Etkinlik Sonrası Follow-up Kurgusu:**

(Varsayım: B2B için webinar video kaydı (replay) ve özet sunum gönderimi; otel etkinlikleri için ise bir sonraki etkinlik veya konaklama paketleri için özel upsell/indirim tekliflerinin iletilmesi).

8) UTM Parametreleri & Raporlama Yapısı

- **Dinamik UTM Yapısı:**
`utm_source=meta&utm_medium=paid_social&utm_campaign=EVENT_[NAME]_[WAVE]_[YYYYMMDD]` (Varsayım: Kampanyanın hangi etkinliğe, hangi zaman dalgasına ve hangi tarihe ait olduğunu analitik araçlarında net olarak ayırmak için kurulan standart).
- **Raporlama Kırılım Mantığı:** Reklam panosu genel raporu yerine, dalga bazlı form başı maliyet (CPL) analizi ile toplanan kitlenin nihai canlı katılım oranları matrise bağlanacaktır.

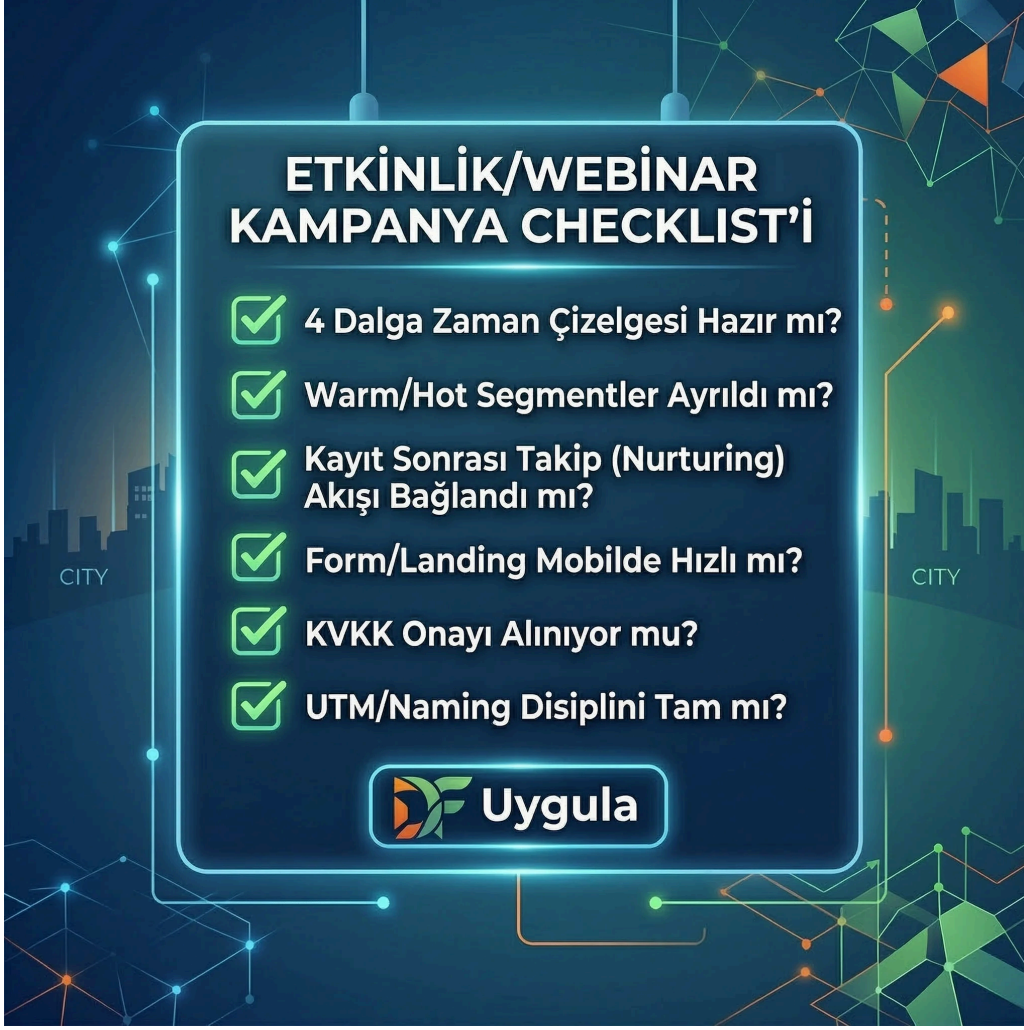
Deliverables (Teslim Edilecek Çıktılar)

- Zaman Hassasiyetini Yöneten 4 Reklam Dalgalı Entegre Kampanya Planı
- Dönemsel Kitle Dönüşümünü Sağlayan Kitle-Mesaj-CTA Eşleşme Matrisi
- Kayıt Sonrası Katılım Oranını Teşvik Eden Otomatik Nurturing E-Posta Akış Haritası
- Dalga Bazlı Analiz Sunan Form Performansı ve KPI Raporlama Şablonu



[Diagram / Flow]

Etkinlik gününe (T-0) kalan süreyi yatay bir zaman ekseninde gösteren; T-21'de başlayan Teaser farkındalık reklamlarının, T-14'te Launch kayıt toplama formlarının devreye girişini, T-7'de sosyal kanıt içeren Reminder hatırlatmalarını ve son 48 saatte FOMO odaklı Last Call reklam dalgasının sıcak kitleyi yakalama anını, eş zamanlı olarak arka planda çalışan CRM/mailling onay ve nurturing otomasyon zincirini tasvir eden kronolojik pazarlama akış diyagramı



[Checklist Card]

Etkinlik yöneticileri, kurumsal pazarlama uzmanları ve performans ekiplerinin ortak kullanımı için tasarlanmış; zaman çizelgesi dalga tarihlerinin kilitlenmesi, her dalganın kreatif kanca ve CTA uyumluluğu, KVKK onay metinlerinin eksiksizliği, mobil form yüklenme hız testi, CRM anlık veri senkronizasyonu ve dalga bazlı UTM etiket doğruluğu maddelerini içeren kare formatlı operasyonel kampanya checklist ve denetim kart tasarımı