

Funnel Aşaması → İçerik Türü & CTA Eşleştirme Şablonunu İndir — SMM / Funnel (v1.0)

Asset Amacı: Bu şablon; awareness, consideration, conversion ve loyalty aşamalarını sosyal medya içerik tipleri, formatlar ve CTA'larla birebir eşleştirmenizi sağlar. Amaç, içerik planını dengeli kurmak ve UTM/GA4 event etiketleriyle “hangi içerik hangi aşamaya hizmet etti” karmaşasını azaltmaktır.

Kim Kullanır?: Otel ve B2B sosyal medya ekipleri, ajans planlama ekipleri, performans ve raporlama sorumluları.

Nasıl Kullanılır?

1. Pazarlama hunisinin aşamalarını (Awareness / Consideration / Conversion / Loyalty) ve her aşama için hedef KPI setini tanımlayın.
2. Her aşamaya uygun içerik tipini, formatını ve harekete geçirici mesajını (CTA) seçerek eşleştirme tablosuna işleyin.
3. İçerik linklerine UTM parametrelerini ve GA4 event etiketlerini ekleyin; ay sonunda aşama bazlı performans raporu üreterek takvimi revize edin.

Template: Funnel Eşleştirme Şablonu

A) Boş Şablon Alanları

1) Setup (Kurulum)

- **Marka Tipi:** (Otel / B2B) _____
- **Ana Hedef:** (Rezervasyon / Lead / Bilinirlik) _____
- **Dönem:** (Ay / Yıl) _____
- **Aylık Toplam İçerik Hacmi:** _____ Adet
- **Ölçüm ve Analiz Aracı:** (GA4 / Google Ads / CRM) _____

2) Aşama → İçerik → CTA Eşleştirme Tablosu

- **A) Awareness (Bilinirlik):**
 - İçerik Tipleri: _____
 - Format: _____
 - CTA: _____
 - Hedef KPI: _____
 - UTM / Event Yapısı: _____
- **B) Consideration (Değerlendirme):**
 - *[Yukarıdaki boş alanlar bu aşama için de tekrarlanır]*
- **C) Conversion (Dönüşüm):**
 - *[Yukarıdaki boş alanlar bu aşama için de tekrarlanır]*
- **D) Loyalty (Sadakat):**
 - *[Yukarıdaki boş alanlar bu aşama için de tekrarlanır]*

3) Aylık Minimum İçerik Kotası Planlama

- **Awareness:** Minimum ___ içerik / ay
- **Consideration:** Minimum ___ içerik / ay
- **Conversion:** Minimum ___ içerik / ay
- **Loyalty:** Minimum ___ içerik / ay

4) Standart UTM Link Şablonu

- **utm_source:** _____
- **utm_medium:** _____
- **utm_campaign:** _____
- **utm_content** (Funnel Etiketleri - Zorunlu): _____ (Örn: A_, C_, CV_, L_ ön ekleri ile)

5) GA4 Event (Etkinlik) İsimlendirme Standartları

- **Awareness:** `view_content` / `video_start`
- **Consideration:** `click_link` / `engage` / `save` (Sosyal platform dinamiklerine göre)
- **Conversion:** `generate_lead` / `purchase_click` / `whatsapp_click`
- **Loyalty:** `share` / `follow` / `ugc_submit`



Funnel eşleştirme arayüz tasarımı grafiği ve aşamalara göre renklendirilmiş örnek içerik takvimi kesiti

B) Nasıl Doldurulur? (5 Altın Kural)

1. **Tekil Rol İlkesi:** Analiz kalitesini korumak için her içerik satırına yalnızca tek bir funnel aşaması tanımlayın; bir içeriğe asla çift rol yüklemeyin.

2. **Kademeli CTA Bariyeri:** CTA dilini aşamaya göre esnetin; Bilinirlik (Awareness) aşamasında düşük bariyerli (Örn: *Daha Fazla Keşfet*), Dönüşüm (Conversion) aşamasında ise net ve doğrudan aksiyon isteyen (Örn: *Hemen Rezervasyon Yap*) mesajlar seçin.
3. **Mecburi Funnel Takibi:** Link dönüşümlerini doğru kırılımlarla ölçmek adına `utm_content` parametresinde funnel etiketini (A_, C_ vb.) kullanmayı zorunlu hale getirin.
4. **Etkinlik Adı Standardizasyonu:** GA4 event isimlerini projenin başında kesin kurallarla standartlaştırın; aksi takdirde veri ambarınızda raporlama karmaşası yaşanır.
5. **Veri GÜdümlü Dağılım:** Ay sonunda huninin performansını aşama bazlı raporlayın; tıkanıklık yaşanan veya dönüşümü zayıf kalan huninin içerik kotasını bir sonraki ay artırın.

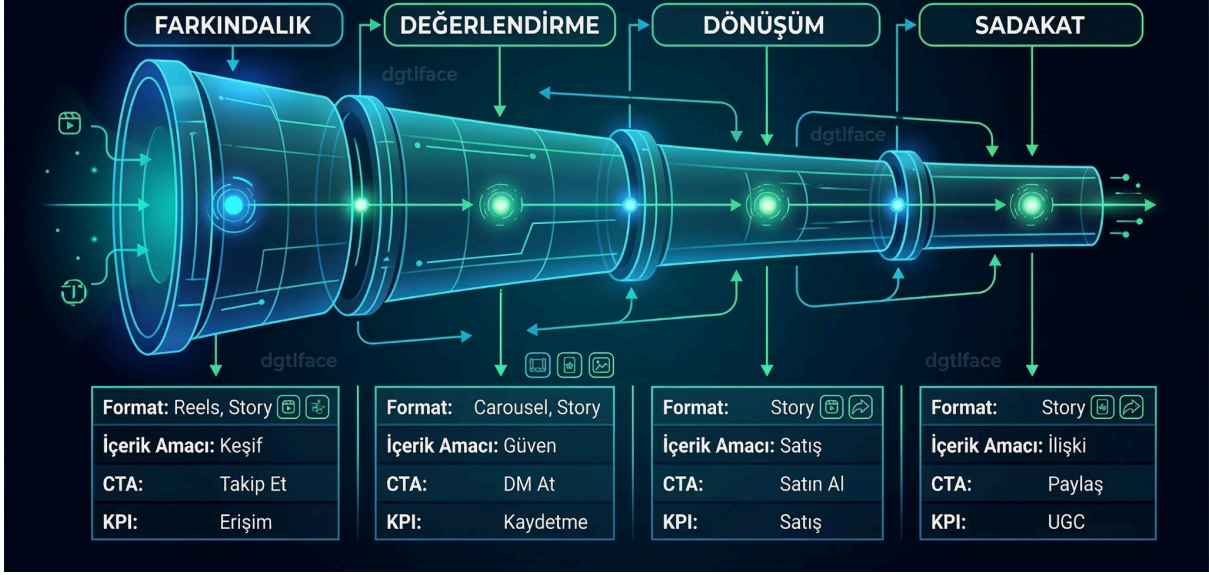
C) Doldurulmuş Örnek Uygulamalar

- **Sektör: Otel (Hospitality) Örneği**
 - **Huni Aşaması:** Conversion (Dönüşüm)
 - **İçerik Stratejisi:** Erken Rezervasyon Fırsatı + WhatsApp Destek Hattı yönlendirmesi
 - **UTM Kurgusu:** `utm_content=CV_offer_story_01`
- **Sektör: B2B Örneği**
 - **Huni Aşaması:** Consideration (Değerlendirme)
 - **İçerik Stratejisi:** Başarı Hikayesi İncelemesi (Case Study) + DM yoluyla otomatik "CASE" kelimesi tetikleme
 - **Format:** Çoklu Kaydırmalı Görsel (Carousel)

D) Stratejik Kontrol Listesi

- Pazarlama hunisinin 4 temel aşaması da (A/C/Cv/L) içerik planında dengeli şekilde yer alıyor mu?
- Her bir aşama için atanmış tekil ve net bir KPI seti belirlendi mi?
- İçeriklerde kullanılan CTA yönlendirmeleri bulunulan huni seviyesinin bariyerine uygun mu?
- Tüm çıkış linkleri için UTM ve GA4 event isimlendirme standartları dökümanite edilip yazıldı mı?
- Ekibin üretim dengesini koruyacak aylık minimum içerik kotaları netleştirildi mi?
- Ay sonunda elde edilen analitik verilerle planı güncelleyecek bir revizyon rutini tanımlandı mı?

SOSYAL MEDYADA İÇERİK HUNİSİ DİYAGRAMI



Kullanıcı yolculuğunu sosyal medya formatlarıyla haritalandıran funnel şeması ve eşleştirme matrisi görseli

Deliverables (Teslim Edilecek Varlıklar)

- Pazarlama hunisini görselleştiren ve organize eden Funnel İçerik Haritası (A/C/Cv/L)
- Dengeli içerik üretimini garanti altına alan Aylık Kontenjan & Kota Planı
- Hatasız ölçüm yapmayı sağlayan Standart UTM Şablonu ve Event Naming Standardı Kılavuzu
- Uygulamayı kolaylaştıran Hazır Verilerle Doldurulmuş Örnek İçerik Takvimi Kesiti