

Guest Post Değerlendirme & rel Niteliği Checklist'ini İndir — SEO / Compliance (v1.0)

Asset Amacı: Bu şablon, guest post (konuk yazarlık) fırsatlarını manipülatif ve riskli "link satın alma paketi" algısından çıkarıp, tamamen kurumsal yayın kalitesi ve arama motoru uyumluluğu ekseninde değerlendirmeniz için yapılandırılmıştır. Yayın mecralarının editoryal gücünü puanlamayı, riskli anchor (çapa metin) desenlerini proaktif engellemeyi, arama motoru yönergelerine uygun rel="sponsored" şeffaflık kararlarını almayı ve editoryal yatırımların ROI etkisini ölçmeyi tek bir yerde toplar.

Kim Kullanır?: Otel/B2B pazarlama ekipleri, ajans SEO stratejistleri ve kurumsal PR/içerik operasyon liderleri.

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

Mecrayı kalite kriterleriyle puanlayın: Aday guest post yayıncılarını sektörel alaka, editoryal süreç, gerçek okuyucu etkileşimi ve outbound link yoğunluğu filtrelerinden geçirerek 0–8 arası puanlayın; eşikleri geçemeyen mecraları eleyin.

İçerik tipini doğrulayıp rel niteliğini kurgulayın: Yazının tamamen organik bir editoryal iş birliği mi yoksa ticari bir sponsorlu içerik mi olduğunu netleştirerek exact-match (birebir eşleşen ticari kelime) dayatmalarından kaçının; rel="sponsored" veya marka/URL odaklı anchor kararını verin.

14 günlük pilot sprint ile canlıya alın: Belirlenen en yüksek puanlı 2 mecrayı 14 günlük pilot takvime dahil edin, içerik brief'lerini zenginleştirilmiş kanıt/vaka verileriyle üretin ve yayın sonrası referral (yönlendirme) trafiği ile cluster görünürlük sinyallerini izleme paneline işleyin.

B) Template (Boş Şablon Alanları)

1) Stratejik Yayın Tanımlama Kartı & 2) Kurumsal Zaman Çizelgesi Matrix

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

[İçerik Dikey / Niş Alanı] : _____ | [Sorumlu Uzman]:

[Tercih Edilen Anchor Tipi]: [] Brand (Marka) [] Çıplak URL [] Partial Match (Yarı Ticari)

[Arama Motoru rel Ataması]: [] rel="sponsored" [] rel="ugc" [] Standart Editoryal (Dofollow)

■ 14 GÜNLÜK PILOT SPRINT PLANI (PILOT GUEST POST)

↳ Gün 1: Yayın havuzu çıkarma (10–20 aday) :

└► Gün 2–3: Checklist puanlama (0–8) :

└► Gün 4: 2 yüksek puanlı pilot yayın seçimi :

└► Gün 5–7: İçerik brief + kanıt/çerçeve üretimi :

└► Gün 8: Editoryal süreç ve rel kararlarının netleşmesi:

└► Gün 9–11: Yayın, entegrasyon ve dağıtım :

└► Gün 12–14: Ölçüm (referral, marka, cluster) :

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:

[] Yayın nişi ve içerik teması otel/marka dikeyimizle %100 uyumlu mu?

[] Mecranın aktif çalışan bir editoryal süreç ve revizyon standardı var mı?

[] Sosyal sinyaller ve yorumlar gibi gerçek okuyucu/etkileşim göstergeleri mevcut mu?

[] Sitenin genel outbound (dışa giden) link çıkış yoğunluğu spam/anormal düzeyden uzak mı?

[] Üretilen içerik özgün, derinlikli, sektörel kanıt ve çerçeveler içeriyor mu?

[] Link hedefi ana sayfa yığılmasını önleyecek şekilde hub veya kanıt sayfalarına mı gidiyor?

[] Sponsorlu bir anlaşma ise kurumsal şeffaflık ve arama motoru rel planı yapıldı mı?

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 Risk Sınıflandırma Matrisi

Kriterleri 0 (Risk Yok) ile 2 (Kritik Tehlike) arasında puanlayın. Formül: $\$R_{\{top\}} = \Sigma(K_i)$

Anlamsal Alaka Kopukluğu: ___ / 2 (Gelen linklerin site teması ve otelcilik dikeyinden kopukluğu)

Desen ve Kümelenme (Pattern): ___ / 2 (Aynı sunucu, IP bloğu veya footer şablonu kullanımı)


Anchor Text Spam Şiddeti: ___ / 2 (Marka dışı ticari manipülasyon veya illegal kelime yoğunluğu)

Kaynak Havuzu Güvenlik Riski: ___ / 2 (Link veren alan adlarının yüksek spam skoru ve indeks sorunları)

Ticari İş Etkisi (Impact): ___ / 2 (Sıralama kayıpları veya doğrudan rezervasyon/trafik düşüş hızı)

TOPLAM ALGORİTMİK RISK SKORU: ___ / 10

[] YEŞİL FAZ (0–3 Puan): İzle ve Raporla | [] SARI FAZ (4–6 Puan): Kanıt Topla + Sınırlı İletişim | [] KIRMIZI FAZ (7–10 Puan): Resmi Kanıt Seti + Disavow Dosyası

 6) Aksiyon Planı & 7) 30 / 60 / 90 Günlük Periyodik İzleme Paneli

Uygulanan Gerçek Zamanlı Müdahale Kayıtları:

Kritik Koruma KPI Seti	Olay Öncesi Baseline	Gün 30 Durumu	Gün 60 Durumu	Gün 90 Durumu	Stabilizasyon Notu
Referral Nitelikli Oturum:	TBD				
Markalı Arama Trendi:	TBD				
Hedef Hub Görünürlüğü:	TBD				
Risk Sinyali (Anchor/Kalite):	TBD				

Manual Action (GSC) Durumu:	TEMİZ				
--	-------	--	--	--	--

Nasıl Doldurulur? (5 Kritik Savunma Kuralı)

1. Guest Post Mecralarını "Paket" Algısından Kurtarın: Link satıcılarının sunduğu standart paket listeleri yerine, sektörünüzle doğrudan anlamsal bağı olan, gerçek bir editöryal süzgece sahip ve okuyucu trafiği canlı olan niş yayıncıları tercih edin.
2. Riskli Anchor (Çapa Metin) Dayatmalarını Reddedin: Mecralara zorla "en ucuz Antalya oteli" gibi %100 exact-match ticari kelimelerle link yerleştirmek arama motoru filtrelerini tetikler. Bunun yerine doğal marka isimleri, çıplak URL'ler veya marka kombinasyonlu (partial) yapılar kullanın.
3. rel="sponsored" Niteliğinden Korkmayın: Modern arama motorları, ücretli veya sponsorlu iş birliklerinin rel="sponsored" etiketiyle şeffafça işaretlenmesini ödüllendirir. Bu işaretleme meşru PR gücünü engellemez, tam aksine sitenizi algoritmik ceza risklerinden korur.
4. İçerik Kalitesine "Kanıt ve Çerçeve" Ekleyin: Guest post metinlerini sıradan bir yapay zeka çıktısı veya jenerik makale olarak üretmeyin. Yazının mecrada organik olarak kalıcı olması için derinlikli rehberler, sektörel infografikler veya vaka analizleri (case study) ekleyerek değer katın.
5. Etkiyi Sadece Sıralamayla Değil Çok Boyutlu Ölçün: Yayının başarısını sadece hedef kelimedeki konum artışıyla sınırlamayın. GSC ve analitik üzerinden yönlendirme (referral) trafiğini, marka isminizin arama hacmindeki organik yükselişi ve ilgili kelime cluster (küme) sinyallerini izleyin.

Gerçek Hayattan Uygulama Örneği

Olay Senaryosu: Sadece 2 gün içerisinde siteye yabancı dilde ve alakasız çapa metinlerle beslenen 180 yeni Referring Domain girişi tespit edildi.

Teknik Kök Neden Analizi: İç tarafta herhangi bir deploy yapılmadı, robots/404 hataları yok. Krizin harici bir operasyon olduğu doğrulandı.

Matematiksel Risk Sınıfı: Yapılan puanlamada anlamsal alakasızlık ve anomali hızı yüksek çıktığı için toplam skor 5 (SARI FAZ) olarak hesaplandı. Hemen panik yapılmadı; ilgili spam kümeleri gruplandı, yasal kanıt seti oluşturuldu ve disavow tool'a başvurulmadan organik izleme moduna geçildi.

90 Günlük İzleme Çıktısı: Gün 30'da algoritmik koruma sayesinde atak durdu ve grafikler stabilize oldu; Gün 60'ta ise kelime sıralamalarında herhangi bir kayıp yaşanmadan tam bir normalleşme sağlandığı raporlandı. Risk başarıyla bertaraf edildi.

Operasyonel Kontrol Listesi (QA Checklist)

[] Seçilen aday yayıncı mecralar 0-8 puanlık guest post kalite kontrol kartı kriterlerine göre tamamen skorlanıp filtrelendi mi?

[] Ticari/sponsorlu içerik sınırları kurumsal şeffaflık kurallarına göre belirlenerek rel="sponsored" veya marka odaklı anchor desen kararı matrise işlendi mi?

[] İç tarafta görünürlüğü etkileyebilecek deploy, robots.txt ve sunucu 404/5xx hata logları taranarak olası dahili teknik sorunlar elendi mi?

[] 14 günlük pilot sprint planındaki takvim (brief üretimi, editoryal onay, dağıtım) gün bazında ekiplere delege edilip yürütüldü mü?

[] Pilot yayının etkilerini, marka trendini ve referral trafik hacmini izlemek amacıyla 30, 60 ve 90 günlük periyodik raporlama takvimi kuruldu mu?

Görsel Yerleşim & Medya Notları

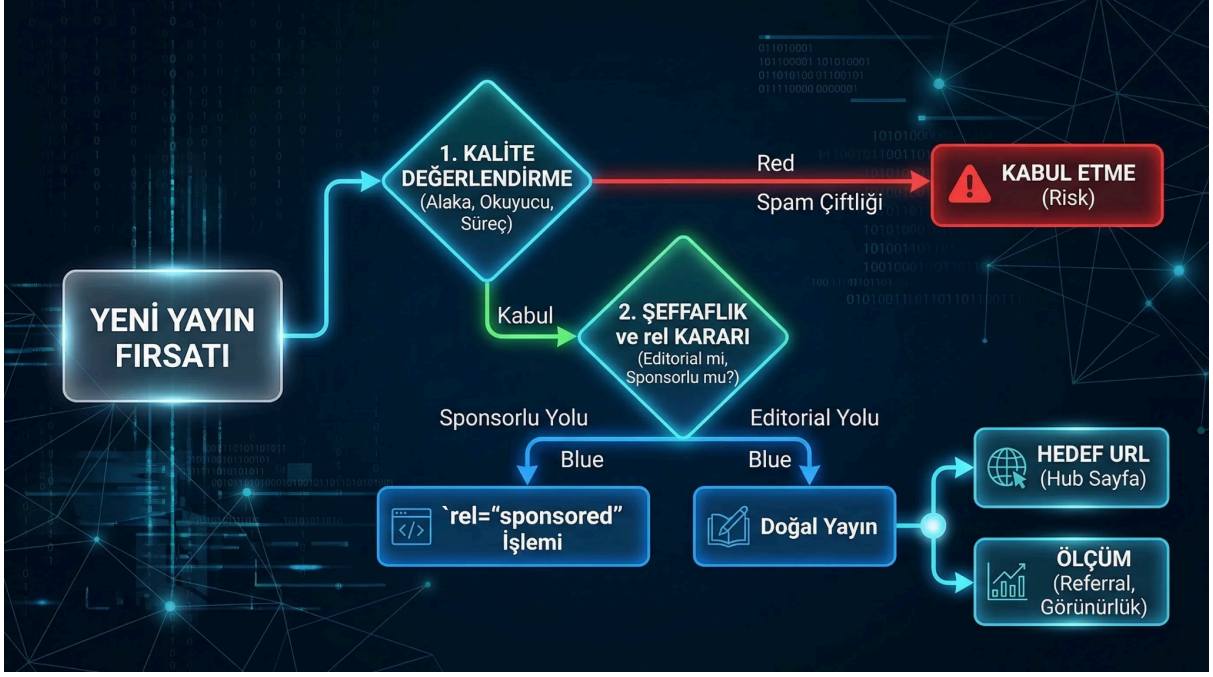
**GUEST POST 1:1
KALİTE CHECKLIST'İ**

-  Yayın Nişi Markayla Uyumlu mu?
-  Editoryal Süreç var mı?
-  Gerçek Okuyucu var mı?
-  Sponsorluysa rel Planı var mı?

DGTLFACE

"Guest post

krizlerini ve riskli satın alma süreçlerini engellemek amacıyla, aday mecraların editoryal kalitesini, gerçek trafik verilerini, outbound link yoğunluğunu ve link mimarisi uyumluluğunu değerlendiren Kalite Kontrol Kartı."



"İçerik iş birliklerinde mecra seçiminden başlayarak organik editoryal içerik ile ücretli sponsorlu içerik ayırımının rasyonel kurallarla yapılmasını, manipülatif anchor risklerinin elenmesini ve arama motoru uyumlu rel="sponsored" atama mekanizmasını gösteren karar akış diyagramı."