

Influencer/Creator Kampanya KPI & Raporlama Şablonu — SMM / Influencer Analytics (v1.0)

Asset Amaç: Bu şablon, yürüttüğünüz influencer ve creator kampanyalarını içerik üretici bazında UTM parametreleri ve özel kupon kodlarıyla uçtan uca takip ederek; reach ve engagement metriklerinin yanında tıklama, site içi kullanıcı davranışı ve net lead/rezervasyon/satış katkısını tek bir bütünsel raporda birleştirir. Yatırım maliyetlerini sisteme dahil ederek içerik üretici başına düşen CPA ve ROAS değerlerini otomatik hesaplamanızı, böylece iş ortaklığınızda “tekrar/test/stop” kararlarını tamamen veriye dayalı hale getirmenizi sağlar.

Kim Kullanır?: Otel, turizm ve kurumsal B2B pazarlarında influencer/creator iş birlikleri ve influencer pazarlaması yürüten tüm pazarlama ekipleri ve dijital ajanslar.

Nasıl Kullanılır?

- Kampanyaya dahil olan her bir creator için ayrı ve tekil olacak şekilde UTM izleme linklerini ve özel indirim/takip kupon kodlarını tanımlayarak envantere işleyin.
- Sosyal mecralardan gelen içerik etkileşim KPI'ları ile Google Analytics 4 (GA4) panellerinden süzülen web sitesi performans KPI'larını her bir creator satırında eş zamanlı olarak toplayın.
- Tablonun ürettiği nihai CPA ve ROAS çıktılarına göre influencer performansını değerlendirip geleceğe yönelik stratejik öğrenimleri ve yatırım kararlarını rapora kaydedin.

TEMPLATE — Influencer / Creator Performans Analiz Şablonu (Kopyala–Doldur)

A) Kampanya Bilgisi

Yürütülen influencer operasyonunun genel çerçevesini ve finansal sınırlarını belirleyin:

- Kampanya adı:** _____
- Hedef:** Brand Lead Rezervasyon/Satış
- Dönem:** ____ / ____ / 2026
- Toplam bütçe/maliyet:** ____ (TL / \$)

B) Creator Envanteri ve Takip

İş birliği yapılan creator'ların listesini, mecralarını ve takip altyapı elemanlarını netleştirin:

Creator (image_53740e.png)	Platform	İçerik Türü	UTM Link	Kupon	Ülke/Pazar (Varsayım)
_____	_____ _____	_____ _____	_____ _____	_____ _____	_____

_____	_____ _____	_____ _____	_____ _____	_____ _____	_____
_____	_____ _____	_____ _____	_____ _____	_____ _____	_____

C) KPI Tablosu (Creator Bazlı)

Sosyal meclardaki görünürlük verileri ile web analitiği ve ciro çıktılarını tek bir satırda birleştirerek ROI analizi yapın:

Creator (image_5373e8.png)	Reac h/Imp r.	Eng. (save /share)	Click s/CT R	GA 4 Ses sio ns	En gag ed	Lea d/R ez	Gelir (Var sayı m)	Maliy et	CPA/ROA S
_____	_____ _____	_____ _____	_____ _____ %	_____ _____ -	_____ _____ -	_____ _____	_____ _____	_____	_____
_____	_____ _____	_____ _____	_____ _____ %	_____ _____ -	_____ _____ -	_____ _____	_____ _____	_____	_____
_____	_____ _____	_____ _____	_____ _____ %	_____ _____ -	_____ _____ -	_____ _____	_____ _____	_____	_____

D) Funnel Notları (Darboğaz Analizi)

Pazarlama hunisinde (funnel) kullanıcıların takıldığı ve dönüşümün kırıldığı olası yapısal sorunları teşhis edin:

- **Reach yüksek ama click düşük:** Teklif/CTA yetersiz Format uyumsuz Mesaj zayıf
- **Click yüksek ama engaged düşük:** Landing sayfa uyumsuzluğu Site açılış hızı yavaş Yanlış hedef kitle
- **Engaged yüksek ama conversion düşük:** Form/checkout sürtünmesi Sosyal kanıt/güven eksikliği Fiyat/teklif zayıf

E) 3 Öğrenim + 3 Karar

Elde edilen analitik verilere dayanarak bir sonraki kampanya dönemini optimize edecek kararları sabitleyin:

- **Öğrenim 1:**

- **Öğrenim 2:**

- **Öğrenim 3:**

- **Yatırım Kararı:** Scale (Bütçe Büyüt): _____ | Test (Şans Tanı): _____
| Stop (İş Birliğini Bitir): _____

F) Entegrasyon Kontrol Listesi (Checklist)

- [] **Tekil Takip Altyapısı:** Tüm UTM izleme linkleri ve indirim kupon kodları her bir creator bazında tamamen tekil ve izole olarak üretildi.
- [] **GA4 Eşleşme Doğruluğu:** Google Analytics 4 paneli üzerinde campaign, source ve medium mapping kurallarının influencer trafiğini doğru yakaladığı test edildi.
- [] **CRM / Rezervasyon Entegrasyonu:** İçerik üreticilerine tanımlanan kuponların arka ofis, CRM veya otel rezervasyon motoru yazılımlarıyla olan kupon veri senkronizasyonu doğrulandı.
- [] **Net Maliyet Dahiliyeti:** Ajans komisyonları, creator hakedişleri ve ürün/konaklama maliyetleri rapora dahil edilerek gerçek CPA/ROAS hesaplama zemini oluşturuldu.
- [] **Aksiyonel Karar Mekanizması:** Analiz sonrasında her influencer satırı için "Tekrar/Test/Stop" kararlarından biri net olarak işaretlendi ve rapora işlendi.

Deliverables (Teslim Edilecek Çıktılar)

- Influencer Başına Sosyal ve Web Metriklerini Gösteren 1 Adet Creator Bazlı KPI Tablosu
- Kampanya Link ve Kod Karmasını Yöneten 1 Adet UTM / Kupon Takip Listesi Şablonu
- Üst Yönetim Sunumları İçin Finansal ROI Sonuçlarını Özetleyen 1 Sayfalık Stratejik Yönetici Özeti

