

Influencer Kampanya Brief'ine Eklenebilir SEO Maddeleri Şablonunu İndir — SEO / Influencer Off-Page (v1.0)

Asset Amacı: Bu şablon, influencer, içerik üretici (creator) ve dijital PR kampanyalarını anlık "sosyal erişim ve beğeni" sınırlarından kurtararak; kalıcı marka mention'ı, organik marka arama trendi sıçraması (brand search) ve doğrudan web sitenizi besleyen nitelikli editoryal dış bağlantı üreten sürdürülebilir bir off-page SEO yatırımına dönüştürmek amacıyla geliştirilmiştir. Kampanya öncesinde hedef URL yapısını, harici link yerleşim alanlarını, yasal/algoritmik disclosure kurallarını ve performans takip metriklerini tek bir kurumsal brief ekinde standartlaştırır.

Kim Kullanır?: Rekabetçi otel, turizm destinasyonları ve B2B dikeylerindeki kurumsal pazarlama yöneticileri, PR/İletişim ekipleri, SEO direktörleri ve iş ortaklığı yürütülen influencer pazarlama ajansları.

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Kampanyanın SEO Odak Noktasını Seçin:** Projenizin temel ihtiyacına göre marka adı arama hacmi büyütme (brand search), yönlendirme trafiği çekme (referral), linksiz kurumsal mention ağını genişletme veya niş hub sayfa otoritesini yükseltme hedeflerini netleştirin.
- İçerik Biçimlerini ve Link Alanlarını Sabitleyin:** İçerik üreticisinin yayın yapacağı dijital kanala uygun olarak (Blog/Web sitesi, YouTube açıklama kutusu, Podcast şov notları veya Instagram link sticker yapıları) bağlantının yerleştirileceği tam koordinatları brief dökümanında bağlayın.
- Disclosure Sözleşmesini ve rel Politikalarını Brief'e Ekleyin:** Tüketiciyi koruma yasalarına uyumlu reklam bildirim metnini tanımlayın; web sitenize giden linklerin arama motoru spam algoritmalarına takılmaması adına katı **rel="sponsored"** kural setini ekleyerek 30 günlük dönemsel ROI izleme sürecini tetikleyin.

Şablon: Brief'e Eklenecek SEO Maddeleri

Aşağıdaki şablon bloklarını, influencer veya ajanslara gönderdiğiniz standart iş sözleşmelerine ve operasyonel kampanya brief dökümanlarına doğrudan entegre edebilirsiniz:

Plaintext

```
=====
=====
INFLUENCER KAMPANYASI - KURUMSAL SEO KURALLARI EKLENTİSİ
=====
=====
```

1) KAMPANYA SEO HEDEFİ (Proje Durumuna Göre İşaretleyiniz)

- Brand Search Artışı: Marka ismi ve varyasyonlarının arama motorlarındaki hacim büyümesi.
- Mention Sayısı : Markanın dijital mecralarda linkli veya linksiz kurumsal anılma adedi.
- Referral Trafik : UTM parametreleri üzerinden gelen yüksek etkileşimli yönlendirme oturumu.
- Hub Sayfa Gücü : Belirlenen silo veya kategori sayfalarının organik kelime sıralaması artışı.

2) HEDEF URL SETİ (Doldurulması Zorunludur)

► Birincil URL (Hub / Konsept Landing Page) :

► İkincil URL (Kampanya / Özel Bölge Rehberi) :

► Alternatif URL (Müşteri Deneyimi / Vaka / Kanıt):

KATI KURAL: Tüm bağlantıların ana sayfaya yığılması kesinlikle yasaktır; üretilen içerik konusuyla anlamsal olarak en yüksek uyumu gösteren derin landing page adresleri seçilmelidir.

3) İÇERİK FORMATI VE LINK ALAN ATAMASI

- Blog / Web Sitesi Makalesi --> Body (Metin) içi doğal kaynak Kaynaklar / Önerilenler bölümü
- YouTube Videoları --> Açıklama (Description) ilk 3 satır içi Sabitlenmiş Yorum alanı
- Podcast / Webinar --> Bölüm Şov Notları (Show-notes) sayfası Konuk / Sponsor profili
- Instagram Reels / Story --> Hikaye Link Sticker mimarisi Profil Biyografisi Linktree/QR

4) ANCHOR TEXT (ÇİPA METİN) & İÇERİK METNİ KURALLARI

- Öncelik Dağılımı: Link köprü metinlerinde yalın marka adı, çıplak URL veya tamamen doğal konuşma dili varyasyonları dengeli şekilde dağıtılmalıdır.
- Manipülasyon Engeli: İçerik üreticisine arama motoru filtrelerini tetikleyecek şekilde jenerik, aşırı ticari anahtar kelime (exact-match, örn: "en ucuz otel") dayatması kesinlikle yapılmayacaktır.
- Editoryal Konumlandırma: Eklenen bağlantılar, kullanıcı deneyimini zedelemeyecek şekilde faydalı bir "bilgi kaynağı", "önerilen döküman" veya "referans noktası" olarak metne organik şekilde yedirilmelidir.

5) SPONSORLU İÇERİK UYUMLULUĞU (Disclosure + rel Politikası)

► Zorunlu Sponsorluk Bildirim Metni (Disclosure):

► Web Bağlantısı Sponsorluysa Nitelik Seçimi : [] rel="sponsored" [] rel="ugc"
(Yorum/Forum alanı ise)
KURUMSAL İLKE: Ücretli veya sponsorlu bağlantıları arama motoru nezdinde "dümdüz dofollow"
bırakmamak; algoritmik uyum, site güvenliği ve marka itibarı için en kritik zorunluluktur.

6) ÖLÇÜM VE RAPORLAMA STANDARTLARI (30 Günlük Dönem)

► Kampanya UTM Parametre Standardı :

► Yayınlanan Canlı İçerik URL Listeleri :

► Link / Mention Kazanım Doğrulama Durumu :

► Referral Oturum Sayısı + Etkileşim Oranı :

► Brand Search (Marka Aranma) Trend Notu :

► Stratejik Öğrenimler + Sonraki Dönem Aksiyonu :

7) KURUMSAL ONAY & REVİZYON İŞ AKIŞI

• Aşama 1 — İçerik Taslak Kontrolü ve Onay Sorumlusu :

• Aşama 2 — Yayın Öncesi Teknik SEO Kuralları Filtresi:

• Aşama 3 — Yayın Sonrası 7. ve 30. Gün ROI Raporu :

8) Problem → Kök Neden → Çözüm Matrisi

Problem	Kök Neden	Çözüm
Link gücü sadece ana sayfada sıkışıyor, alt sayfalar beslenmiyor	Brief süreçlerinde influencer'a sadece jenerik ana sayfa URL'sinin tebliğ edilmesi	Brief içerisine Hub/Silo odaklı Hedef URL Seti tablosunu zorunlu kural olarak eklemek
Arama motorlarından manuel işlem veya ceza alma riski oluşması	Ücretli ticari iş birliklerinde harici linklerin kuralsızca "dofollow" bırakılması	Brief içerisine katı rel="sponsored" ve yasal

		bildirim (disclosure) kuralları yerleřtirmek
Yönlendirme trafiğinin ve dönüşümlerin ölçülememesi	Yayıncıların bağlantıları UTM parametresi olmadan düz ham köprü olarak eklemesi	Brief üzerinde sabitleřtirilmiř kurumsal UTM şablon zorunluluđu ve takibi getirmek
Aşırı ticari anchor text nedeniyle link profilinin yapaylaşması	Ajansların kelime bazlı hızlı yükselme amacıyla exact-match keyword dayatması yapması	Anchor politikasını marka adı, çıplak URL ve doğal konuşma varyasyonlarına sabitlemek

9) Matematiksel Etki & Yatırım Ağırlık Algoritması

Kampanyaya dahil edilecek influencer veya yayıncı seçimlerinde, harcanacak bütçenin SEO ve kalıcı off-page marka değerine katkısını ölçmek adına aşağıdaki ağırlıklı formülü işletin:

Her bir parametreyi 0 ile 10 arasında puanlayın.

- **Yüksek Öncelik (8.0 - 10 Puan) — Yeşil Faz:** Kesin Bütçe Tahsisi. Derin makale/blog veya uzun dönemli YouTube/Podcast hub link sponsorluđu için ideal mecra.
- **Orta Öncelik (5.5 - 7.9 Puan) — Sarı Faz:** Standart İletişim Hattı. Sadece sosyal medya story link stickeri veya anlık anılma (mention) kampanyaları için uygundur.
- **Düşük Öncelik (< 5.5 Puan) — Kırmızı Faz:** Yatırım Riski. Arama motoru nezdinde spam veya manipölasyon geçmişi olan, marka itibarına zarar verebilecek uzak durulması gereken küme.

Nasıl Doldurulur? (5 Kritik Savunma Kuralı)

1. **Derin URL Eşleşmesini İnceleyin:** Influencer'ın üreteceği içeriğın ana fikrini okuyun/dinleyin. Eđer bir Akdeniz gastronomi turu anlatılıyorsa linki ana sayfaya değil, otelinizin "Restoranlar & Gurme Deneyimler" hub landing page adresine yönlendirin. Bu, linkin anlamsal alaka (topical relevance) gücünü maksimuma çıkarır.
2. **Exact-Match Dayatmasını Engelleyin:** Ajansların veya ekiplerin link metni olarak körü körüne "antalya her şey dahil otel" gibi ticari kelimeleri dayatmasına izin vermeyin. Algoritmik cezalardan korunmanın tek yolu link metninin "X Oteli'nin seyahat rehberi dökümanı", "[markaname.com/rehber](#)" veya doğrudan "X Otel" şeklinde doğal bırakılmasıdır.
3. **Mecra Yerleşim Kalitesini Test Edin:** Linkin sadece "açıklama kısmının en altına" gizlenmesine izin vermeyin. YouTube videolarında ilk 3 satır görünür alanda veya sabitlenmiş yorumda; blog makalelerinde ise konunun tam ortasında, kullanıcının

tıklama olasılığının (Reasonable Surfer Modeli) en yüksek olduğu editoryal gövdede yer almasını sağlayın.

4. **Sponsorlu Etiketini Şeffafça Yönetin:** `rel="sponsored"` etiketi kullanmanın web sitenizin link gücünü (link juice) tamamen öldüreceği efsanesi yanlıştır. Google, modern ekosistemde bu etiketleri birer "ipucu (hint)" olarak değerlendirir. Şeffaf ve yönergelere uyumlu bir off-page profili, uzun vadeli algoritmik güncellemelerde markanızı dokunulmaz kılar.
5. **30 Günlük Dönemsel Takibi Bırakmayın:** Influencer işlerinde başarı sadece içeriğin paylaşıldığı gün ölçülmez. Paylaşımdan 7 gün ve 30 gün sonra Google Analytics / Search Console üzerinden "Doğrudan Yönlendirme Trafik", "Marka Adı Arama Hacmindeki Dalgalanma (Brand Search)" ve "Kazanılan Kalıcı Backlink Sayısı" verilerini toplayarak gerçek SEO ROI'sini dökümanete edin.

Gerçek Hayattan Uygulama Örneği

- **Olay Senaryosu:** Yeni açılan luxury konsept otel segmentimiz için 5 lider seyahat ve deneyim influencer'ı ile büyük ölçekli bir off-page PR kampanyası planlandı. Kampanyanın sosyal metriklerin yanında kalıcı organik görünürlük getirmesi hedeflendi.
- **Teknik Kök Neden Analizi:** Sitede dizine eklenme problemi yok; ancak harici link inşası stratejisi bulunmadığından domain otoritesi rakiplerin gerisindeydi.
- **Matematiksel Yönetim Sınıfı:** Etki algoritması üzerinde yapılan testlerde kitle alakası 9, mecra otoritesi 8 olan 3 büyük yayıncıya tam bütçe tahsis edildi (Yeşil Faz).
- **30 Günlük Yönetim Çıktısı:** Hazırlanan bu kilitli SEO eklentisi kampanya brief'ine gömüldü. Yayıncıların YouTube şov notlarına ve blog yazılarına derin hub URL'lerimize `rel="sponsored"` standardıyla ve marka anchor metin varyasyonlarıyla işlendi. Kampanya bitimi 30. gün analizinde otel konsept sayfalarımızın hedef anahtar kelimelerindeki organik sıralaması ortalama 8 basamak yükseldi, yönlendirme trafiği dönüşüm oranları %34 arttı ve Search Console üzerindeki net kurumsal marka arama hacmi (brand search) %55 sıçrama göstererek kalıcı off-page otorite yatırımı başarıyla tescillendi.

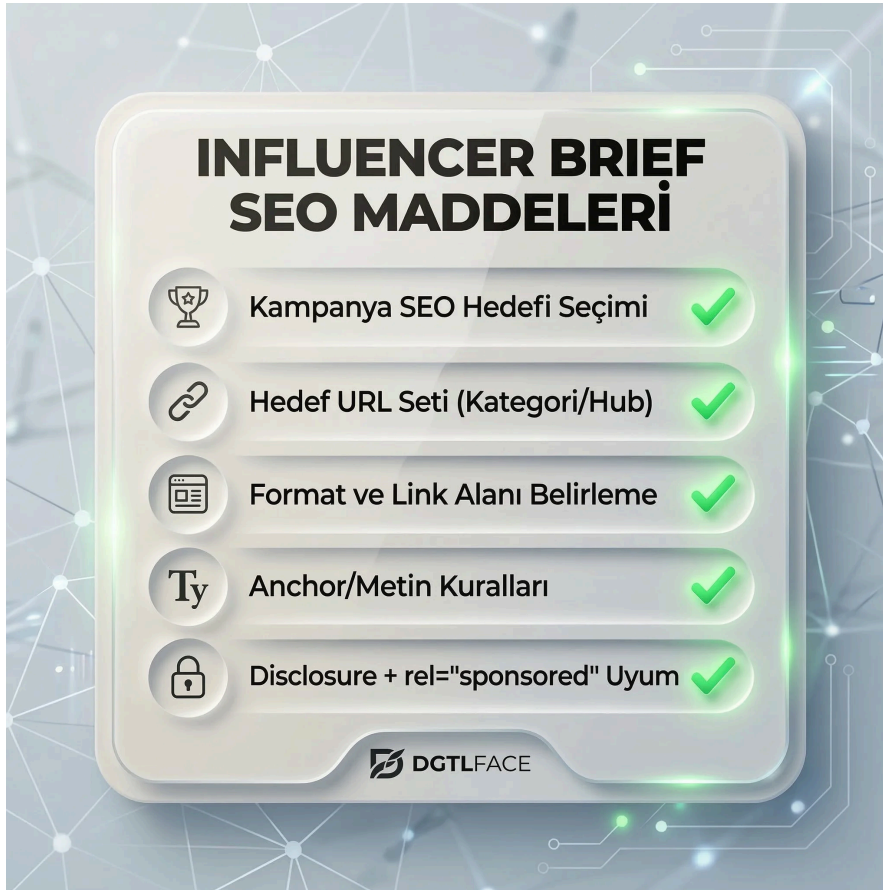
Deliverables (Teslim Edilecek Proje Çıktıları)

- **Dinamik SEO Brief Eklentisi:** Tüm influencer ve harici içerik ortaklığı süreçlerinde sözleşme ekine konulacak kilitli teknik kuralları içeren ana döküman.
- **Hub URL Eşleşme Matrisi:** İçerik temalarına göre hangi influencer'ın hangi derin alt sayfa URL'sini ve hangi anchor kombinasyonunu kullanacağını gösteren operasyonel takip tablosu.
- **Uyum ve Disclosure Onay Raporu:** Canlıya alınan içeriklerin arama motoru politikalarına, yasal sponsorluk bildirimlerine ve `rel` öznitelik kurallarına tam uyumunu gösteren teknik onay dökümü.
- **30 Günlük Kampanya SEO ROI Çıktısı:** Üst yönetime sunulmak üzere yönlendirme oturum kalitesini, marka arama trendlerindeki organik büyümeyi ve kalıcı mecra otoritesi kazanımlarını özetleyen kurumsal performans raporu.

Operasyonel Kontrol Listesi (QA Checklist)

- Kampanyanın ana SEO odak hedefi (Brand search, mention, referral veya hub gücü) proje yönetim panelinde net olarak seçildi mi?
- Tüm bağlantıların ana sayfaya yığılmasını önlemek adına, içerik konseptleriyle tam uyumlu kurumsal Hub / Landing Page URL Seti brief'e zorunlu olarak eklendi mi?
- İçerik üreticisinin yayını gerçekleştireceği dijital platforma özel (Blog, YouTube, Podcast, Instagram) spesifik link yerleşim koordinatları brief dökümanında bağlandı mı?
- Algoritmik filtre risklerini sıfırlamak amacıyla ticari anahtar kelime dayatmaları (exact-match) elenip, anchor yapısı marka adı ve doğal varyasyonlara sabitlendi mi?
- Arama motoru ve tüketici yasaları uyumu için zorunlu reklam bildirim (disclosure) metni ile **rel="sponsored"** kuralları brief ekine bir kurumsal ilke olarak gömüldü mü?

Görsel Yerleşim & Medya Notları



"Kampanya ve PR operasyon ekiplerinin içerik üreticilerine brief tebliğ etmeden önce; hedef alt sayfa doğruluğu, link koordinat yerleşim alanları, anchor text doğallığı, rel=sponsored etiket kuralları ve UTM şablon yapısını cross-check süzgecinden geçirmesini sağlayan Teknik Onat Kartı."



"Kampanya kapanış evresinde üst yönetime ve ajans yöneticilerine sunulmak üzere tescil edilen; canlı link URL dökümlerini, kazanılan organik kurumsal mention adetlerini, Google Analytics yönlendirme trafik hacimlerini ve marka arama trend (brand search) büyüme verilerini içeren Doğrulanmış Çıktı Kartı."