

Instagram/TikTok/YouTube/LinkedIn Kanal Haritası Şablonu— Channel Map (v1.0)

Asset Amacı: Bu şablon, her kanalın rolünü, hedefini, KPI setini ve içerik format standardını tek tabloda tanımlamanız için hazırlanmıştır. Otel ve B2B markaların “her yere aynı içerik” alışkanlığını azaltarak kanal bazlı verimlilik sağlar. Pixel/tag ve GA4 kanal eşleştirmelerini not alanlarıyla birleştirerek ölçüm karışıklığını önlemeye yardımcı olur.

Kim Kullanır?: Multi-kanal iletişim yapan otel/turizm ve B2B pazarlama ekipleri ile ajans stratejistleri.

Nasıl Kullanılır?

1. Listelenen her sosyal medya kanalı için markanıza ait rolü net bir şekilde tanımlayın ve stratejinizin merkezinde duracak ana kanal kararını verin.
2. Belirlediğiniz kanallar özelinde Rol → Hedef → KPI dinamiklerini kurarak kanalın format ve ton standartlarını netleştirin.
3. Kanalların birbirini beslemesi için çapraz tanıtım adımlarını ve teknik tracking (GA4/pixel) etiketleme kurallarını şablona işleyerek bu haritayı yılda bir kez (365 günde bir) güncelleyin.

TEMPLATE – Kanal Haritası (Boş Şablon)

A) Rol → Hedef → KPI → Format Tablosu

çok kanallı iletişim mimarisinin matris yapısı şu şekildedir:

Kanal	Rol (1 cümle)	Hedef (marka/etkileşim/trafik/lead)	Ana KPI	2. destek KPI	Format standardı	Ton	CTA
Instagram
TikTok
YouTube
LinkedIn

B) Ana Kanal Kararı ve Stratejik Kurgu

- **Ana Kanal:** [...]
- **Seçilme Gerekçesi (Neden?):** [Persona Uyumu + Hedeflenen KPI Potansiyeli + Ekip/Üretim Kapasitesi]
- **Destekleyici Kanallar ve Odak Noktaları:** [...] (Her bir kanal sadece tek bir spesifik amaçla kurgulanmalıdır)

C) Çapraz Tanıtım (Cross-Promotion) Planı

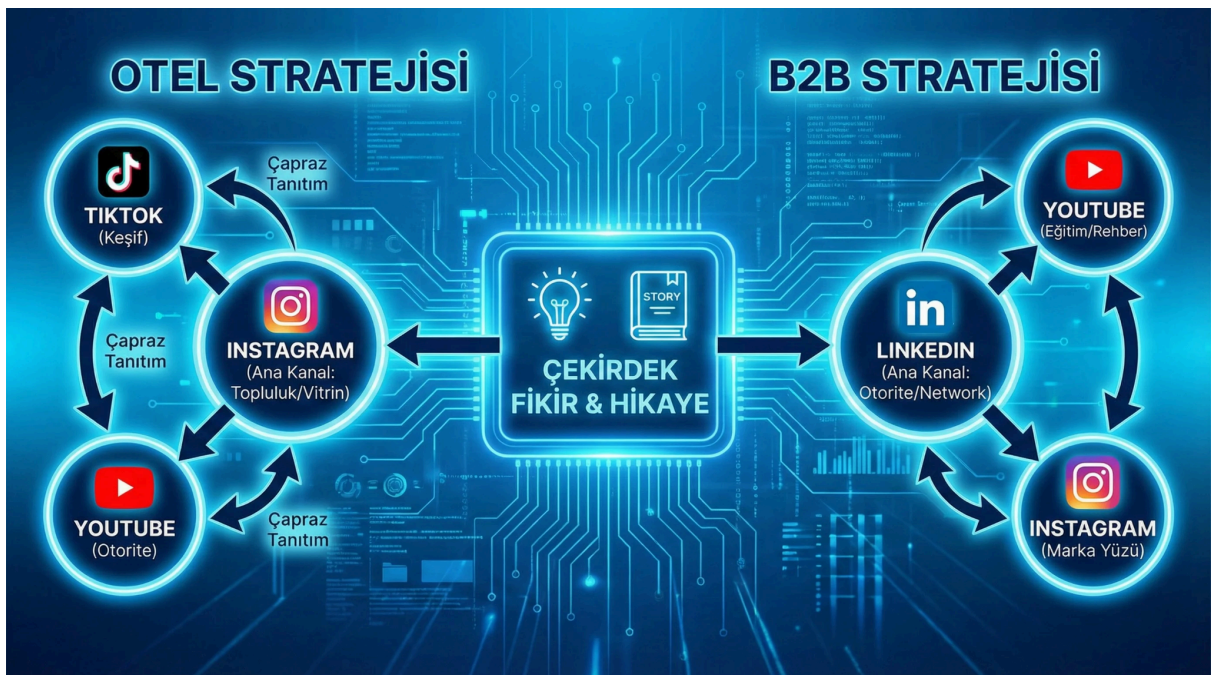
- TikTok → Instagram Yönlendirme Kurgusu: [...]
- YouTube → LinkedIn Yönlendirme Kurgusu: [...]
- Instagram → YouTube Yönlendirme Kurgusu: [...]
- LinkedIn → YouTube Yönlendirme Kurgusu: [...]

D) Teknik Tracking Notları (Operasyonel)

- Pixel / Tag Kurulum ve Sinyal Durumu: [...] (Kanallardan web sitesine gelen trafiğin eşleşme kalitesi)
- GA4 Kanal Eşleştirmesi ve Özel Gruplama Kuralları: [...] (Trafik kaynaklarının doğru etiketlenmesi)
- UTM Parametre Standartları: [...] (Kampanya ve kaynak bazlı ölçüm doğruluğunu sağlayacak formüller)

Kanal Önceliği Belirleme Kontrol Listesi

- [] Her bir sosyal medya kanalının markaya hizmet eden rolü 1 cümleyle netleştirildi.
- [] Belirlenen kanal hedefleri ve KPI setleri, tanımlanan ana rollerle tam uyumlu hale getirildi.
- [] Kanalların doğasına uygun teknik format standartları ve prodüksiyon limitleri seçildi.
- [] Kaynak dağılımını optimize etmek amacıyla stratejinin merkezindeki "Ana Kanal" belirlendi.
- [] Kanalların organik trafiğini birbirine aktaracak çapraz tanıtım senaryoları yazıldı.
- [] GA4 kanal gruplamaları ve reklam paneli entegrasyonları için tracking notları eklendi.
- [] Sektörel ve algoritmik değişimler göz önünde bulundurularak 365 günlük revizyon tarihi takvime planlandı.



[Diagram] — Otel/B2B Örnek Kanal Haritası Diyagramı Çok kanallı bir iletişim ekosisteminde kullanıcı yolculuğunu, ana ve destekçi kanalların birbirini nasıl beslediğini gösteren stratejik mimari şeması



[Checklist Card] — Kanal Önceliği Checklist Kartı Markaların yeni bir iletişim kanalına girmeden önce veya mevcut kanalları optimize ederken kullanabilecekleri, stratejik filtre görevi gören kompakt kontrol kartı tasarımı