

Landing Template & Blok Kurgusu Planlama Şablonu — Yazılım / Landing Factory (v1.0)

Asset Amaç: Bu şablon; otel ve B2B kampanyaları için landing sayfası türlerini, sayfa iskeletini ve izin verilen blok setlerini standardize ederek pazarlama ekiplerinin yazılımcıya bağımlı olmadan self-service kampanya sayfaları üretmesini sağlar. Form, UTM ve tracking (takip) kod alanlarını şablon mimarisine gömülü olarak sunarak ölçüm tutarlılığı sağlarken; canonical ve URL standartlarıyla sürpriz teknik SEO risklerini tamamen ortadan kaldırır.

Kim Kullanır?: Pazarlama Liderleri, Growth Marketing Uzmanları, Ajans Proje Yöneticileri (PM), Teknik Liderler (Tech Lead) ve Analitik/Raporlama Sorumluları.

Nasıl Kullanılır?

- Kampanyanın landing sayfası türünü (otel veya B2B dikeyinde) seçerek sayfa için hedeflenen ana KPI değerini yazın.
- Sayfa üzerinde yer alacak zorunlu ve opsiyonel blokları belirleyin, pazarlama ekibinin tasarımda değişiklik yapabileceği esneklik alanlarını netleştirin.
- Form, UTM, tracking bileşenleri ile canonical/URL kurallarını ekleyip yayına alım öncesi son kontrol listesini (checklist) oluşturarak süreci tamamlayın.

TEMPLATE — Landing Sayfası Mimarisi & Blok Kurgusu Planlama Matrisi

1) Landing Türü ve Kampanya Amacı

Sayfanın odaklanacağı sektörel dikey ve ölçülecek ana başarı metriği:

- Kampanya Türü:** ☐ Otel Erken Rezervasyon | ☐ Otel Paket | ☐ B2B Webinar | ☐ B2B Demo/Teklif | ☐ Whitepaper
- Hedeflenen Ana KPI:** ☐ CVR (Dönüşüm Oranı) | ☐ ROAS (Reklam Harcaması Getirisi) | ☐ Lead Quality (Müşteri Adayı Kalitesi) | ☐ Rezervasyon İsteği Sıklığı
- Kampanya Aktif Kalma Süresi:** _____

2) Standart Sayfa İskeleti (Zorunlu Bloklar)

Sayfa bütünlüğü, kullanıcı deneyimi ve SEO performansı için kaldırılması yasak olan ana iskelet bileşenleri:

- Hero Bölümü:** Dikkat çekici ana başlık (H1), ikna edici alt metin ve doğrudan aksiyona yönlendiren 1 adet birincil CTA butonu.
- Fayda / USP Paneli:** Ürünün veya otel teklifinin rakiplerinden ayrılan en güçlü fayda maddeleri (Minimum 3, Maksimum 6 adet).
- Proof (Sosyal Kanıt) Alanı:** Güven algısını artıracak kurumsal logolar, müşteri yorumları veya başarı hikayesi (case study) özetleri.

- **FAQ (Sıkça Sorulan Sorular):** Kullanıcının aklındaki soru işaretlerini giderecek yapılandırılmış soru-cevap bloku (Masaüstü ve mobil uyumlu, 3-6 adet).
- **Form / Dönüşüm Alanı:** Veri toplama işlevini yerine getiren ana dönüşüm alanı. (*form_id* zorunludur)

3) Opsiyonel Bloklar (İzin Verilen Esnek Liste)

İhtiyaca göre sayfa tasarımına dahil edilebilecek veya gizlenebilecek bileşenler:

- [] **Video Bloğu:** Sayfa yüklenme hızını olumsuz etkilememesi adına maksimum 1 adet gömülü video alanı.
- [] **Teklif Banner'ı:** Son başvuru tarihini veya özel kampanyayı vurgulayan ara şerit bileşeni.
- [] **Oda / Ürün Kartları:** Otel odası seçeneklerini veya B2B ürün alt kırılımlarını gösteren görsel odaklı kartlar.
- [] **Countdown (Geri Sayım Sayacı):** Aciliyet hissi oluşturmak için tasarlanmış, (*Varsayım: Aşırıya kaçmadan, dikkatli kullanılması gereken*) sayaç bloku.
- [] **Harita / Konum Modülü:** Özellikle otel konseptindeki projeler için tesis lokasyonunu gösteren entegre harita alanı.

4) Esneklik ve Tasarım Sınır Alanları (Pazarlama vs Geliştirici)

- 🗑️ **Değiştirilebilir Alanlar (Pazarlama Özgürlüğü):** Ana ve alt metin mesajları, görsel setleri, ikonlar, fayda maddelerinin içerikleri ve sosyal kanıt (proof) yorum seçimleri.
- 🔒 **Kilitli Alanlar (Teknik/Tasarım Standartları):** Genel layout (sayfa düzeni), padding/margin aralıkları (spacing), form giriş alanları sayısı ve analitik kod/tracking izleme katmanları.

5) Teknik Form, UTM ve İzleme (Tracking) Standartları

- **form_id** parametresi: _____ (*Verinin CRM'e doğru akması için benzersiz kimlik*)
- **thank_you_url** yönlendirmesi: _____ (*Dönüşüm sonrası kullanıcının gideceği onay sayfası URL'i*)
- **UTM Hidden (Gizli) Alan Takibi:** *source / medium / campaign / content / term* (Formla birlikte CRM'e gönderilir)
- **GA4 Event (Etkinlik) Standartları:** (*Varsayım: Ölçüm doğruluğu için*)
view_landing (Sayfa Görüntüleme) / *click_cta* (Buton Tıklama) / *submit_form* (Form Gönderimi) etkinliklerinin tetiklenmesi zorunludur.
- **CRM Veri Eşleşme Kuralı:** Sistemler arası tam entegrasyon için önceden belirlenmiş kurumsal *source/campaign* UTM sözlüğü ve isimlendirme standartları (naming convention) esas alınır.

6) URL, Canonical ve SEO Kuralları

- **URL Yapı Deseni (Pattern):** (Varsayım: Temiz URL yapısı için)
`/kampanya/{slug}` şablonu uygulanmalıdır.
- **Canonical URL Kuralı:** _____ (Kendi kendine referans veren veya ana kampanya URL'ini gösteren SEO işareti)
- **Noindex Yönetim Kuralı:** (Varsayım: A/B test varyant sayfalarının veya yinelenen içeriklerin arama motorları tarafından indekslenmesini engellemek için) sayfa koduna `noindex` etiketinin dinamik olarak basılması sağlanmalıdır.

7) Yayın Öncesi Son Kontrol Listesi (Publish Checklist)

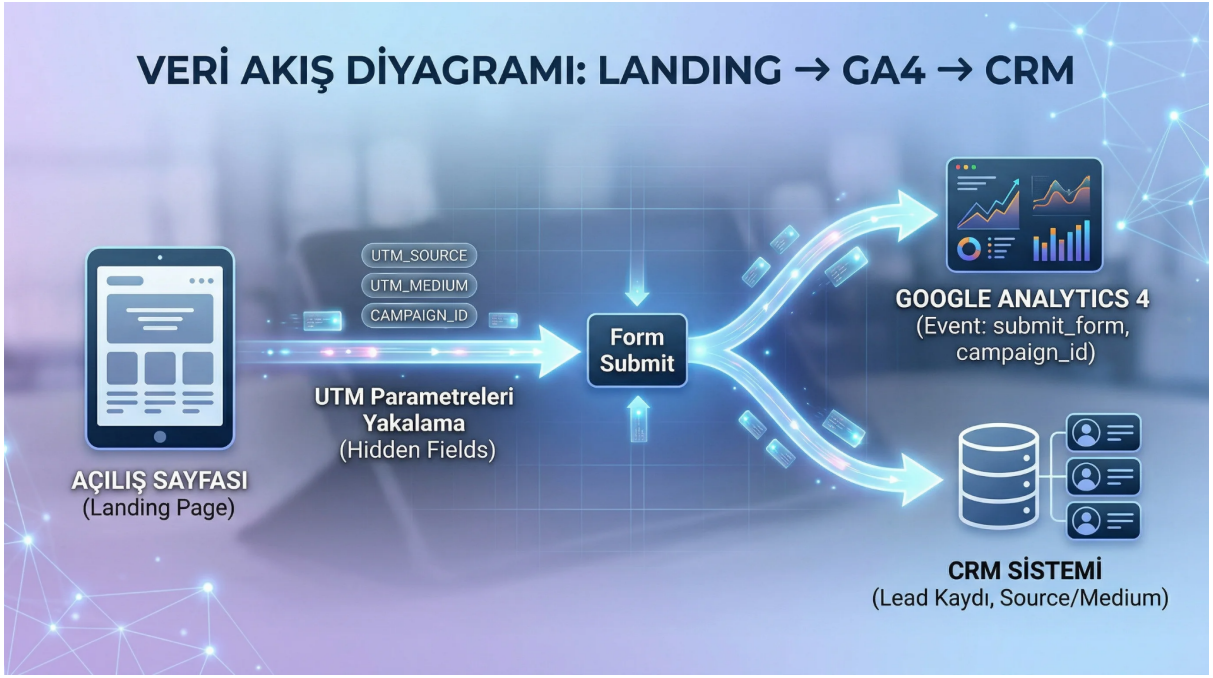
- [] Meta title ve meta description alanları karakter sınırlarına ve SEO kurallarına uygun dolduruldu.
- [] Formun çalışırılığı staging ortamında test formu gönderilerek (`test submit`) resmi olarak doğrulandı.
- [] Gönderilen test formundaki gizli UTM parametrelerinin analitik araçlar (`GA4 DebugView`) tarafından yakalandığı doğrulandı.
- [] Sayfa kaynak kodundaki `canonical` etiketinin doğru hedef URL'i işaret ettiği kontrol edildi.
- [] Sayfanın mobil ekranlardaki görünümü, buton boyutları ve metin kaymaları manuel olarak denetlendi.
- [] Sayfa içinde yer alan tüm harici ve dahili linklerin kırık olmadığı, doğru hedeflere yönlendiği doğrulandı.

Deliverables (Teslim Edilecek Çıktılar)

- **Landing Template Seti (v1.0):** Otel ve B2B senaryoları için CMS mimarisine entegre edilmiş, kullanıma hazır ana şablon kodları ve tasarımları.
- **İzinli Blok Kütüphanesi:** Pazarlama ekibinin sayfa oluştururken sürükle-bırak yöntemiyle güvenle kullanabileceği, stil rehberine (style guide) uygun bileşen seti.
- **Tracking ve UTM Sözlüğü:** Kampanya linklerinin nasıl oluşturulacağını, hangi event isimlerinin kullanılacağını belirleyen kurumsal analitik kılavuzu.
- **Yayın Checklist'i + Review Akışı:** Bir sayfanın yayına alınmadan önce geçmesi gereken kontrol adımlarını ve onaylayıcı rollerin görev dağılımlarını içeren onay akış şeması.



[Checklist / Framework Card] Pazarlama ekipleri ve büyüme (growth) yöneticilerinin hızlı ve hatasız kampanya sayfaları üretmelerini sağlamak amacıyla tasarlanmış, 1200x1200px kare formatında yüksek çözünürlüklü bir Landing Factory checklist kartı. Koyu antrasit ve kurumsal grafit tonlarındaki teknolojik arka plan üzerinde, canlı neon turuncu ve modern mor renklerde yapılandırılmış tasarım bölmeleri yer alıyor. Kartın üzerinde; "Zorunlu Hero & USP Blok Kontrolü", "Hidden UTM Alan Doğrulaması", "SEO Canonical Yapılandırması" ve "Mobil Arayüz Uyumluluğu" gibi kritik adımlar, yanlarında parlayan neon yeşili onay ikonları barındıran son derece temiz, scannable ve kurumsal bir checklist düzeninde sunuluyor.



[Diagram / Flow] Pazarlama ekiplerinin kendi ürettikleri landing sayfalarındaki kullanıcı etkileşimlerinin, analitik izleme araçları ve CRM veri tabanları üzerindeki uçtan uca akışını modelleyen, 1920x1080px Full HD çözünürlükte teknik bir ölçüm akış diyagramı. Minimalist gece siyahı bir zemin üzerinde, en soldaki "Landing Page Ziyaretçisi" düğümünden başlayan mavi veri çizgileri, kullanıcının aksiyonlarına göre sırasıyla Ortadaki "GA4 Event Tetikleyicileri (view_landing / click_cta)" katmanına ulaşıyor. Buradan aşağıya süzülen entegre hat, kullanıcının formu göndermesiyle birlikte sağ taraftaki "CRM Müşteri Adayı Havuzu" düğümüne gizli UTM verilerini (source, medium, campaign) parlayan mor ve altın sarısı oklarla taşıyarak veri tutarlılığını "clarity at a glance" felsefesiyle görselleştiriyor.