

# Merkez + Lokasyon Hesap Mimarisi Planlama Şablonunu İndir — Multi-Location SMM (v1.0)

**Asset Amacı:** Bu şablon, zincir ve çok lokasyonlu yapılarda merkez marka ile lokasyon hesaplarının rol, yetki ve içerik sınırlarını netleştirerek sürdürülebilir bir hesap mimarisi kurmanıza yardımcı olur. Tek hesap vs çok hesap kararını kriterlerle verir ve lokasyon bazlı kampanya/raporlama akışını standardize eder. Marka tutarlılığı ile yerel ihtiyaç dengesini korumayı hedefler.

**Kim Kullanır?:** Zincir oteller, restoran grupları ve çok şubeli hizmet markalarının merkez pazarlama ekipleri ve ajansları.

## Nasıl Kullanılır?


1. Lokasyon sayısı, operasyonel kapasite ve lokal iletişim ihtiyaçlarına göre tek, hibrit veya çoklu hesap kararını objektif kriterlerle verin.
2. Merkez ve lokasyon hesapları özelinde içerik sınırlarını belirleyerek net bir rol-yetki matrisi oluşturun.
3. Lokasyon bazlı yerel kampanyaları ve dönemsel raporlamaları, izleme kolaylığı sağlayan etiket standartlarıyla planlayın.

## TEMPLATE – Hesap Mimarisi Planı (Boş Şablon)

### A) Tek Hesap vs Çok Hesap Karar Formu

- **Toplam Lokasyon Sayısı:** [...]
- **Lokal Teklif / Etkinlik Paylaşım Sıklığı:** [...]
- **Gelen DM / İletişim Mesaj Hacmi:** [...]
- **Haftalık İçerik Üretim Kapasitesi:** [...]
- **Risk Analizi:** Takipçi bölünmesi veya marka dilinin parçalanma ihtimali: [...]
- **Stratejik Karar:** [Tek Hesap / Hibrit Model / Çoklu Hesap Yapısı]

### B) Rol & İçerik Sınırları

 Ekleriniz arasında yer alan **image\_e1450e.png** dosyasında görselleştirildiği üzere, merkez ve şube kırımlarındaki içerik hiyerarşisi ile yetkilendirme matrisi şu şekildedir:

Hesap	Rol	İçerik türleri	Yasaklı içerik	Onay sahibi	Yanıt sahibi
Merkez	...	...	...	...	...
Lokasyon #1	...	...	...	...	...

### C) Yetki ve Onay (Governance)

- **Style Guide Referansı:** Marka kimliği ve ses tonu uyumu için baz alınacak rehber: [...]
- **Onay SLA Süresi:** İçeriklerin kontrol edilip onaylanması için tanınan maksimum süre: [...]
- **Kriz Prosedürü:** Yerel kriz anlarında veya olumsuz yorumlarda devreye girecek acil eylem hattı: [...]
- **Aylık Stil Denetimi:** Şube hesaplarının marka standartlarına uyumunun denetleme periyodu: [...]

### D) Lokasyon Kampanya Planı

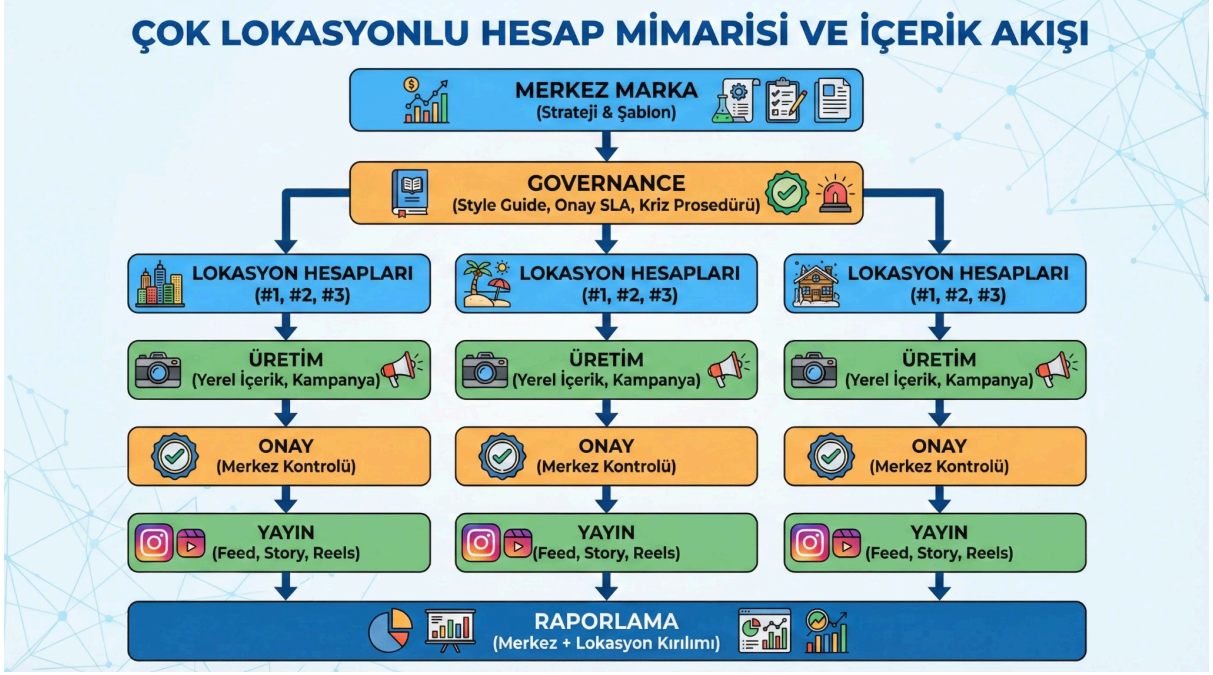
Lokasyon	Kampanya	Süre	Kanal/format	CTA	Etiket	Not
...	...	...	...	...	...	...

### E) Raporlama Yapısı

- **Merkez KPI Seti:** Çatı markanın imajı, toplam erişim ve makro hedefleri için belirlenen kriterler: [...]
- **Lokasyon KPI Seti:** Şubelerin lokal etkileşim, yerel lead ve şube bazlı trafik hedefleri için belirlenen kriterler: [...]
- **Takipçi / Erişim Bölünmesi Takibi:** Hesapların çoklanması nedeniyle yaşanan hedef kitle kayıplarının analizi: [...]
- **İçerik Tekrar Oranı Takibi:** Merkez içerikleri ile yerel içeriklerin çakışma ve yinelenme sıklığının izlenmesi: [...]

### Çok Lokasyonlu Marka Kontrol Listesi

- [ ] Her bir hesabın operasyonel rol kartları, yetki sınırları ve sorumluları yazılı hale getirildi.
- [ ] Tek, hibrit veya çoklu hesap kullanımı kararı rasyonel verilere ve kriterlere dayandırılarak verildi.
- [ ] Kurumsal style guide dökümanları ve hazır tasarım şablonları tüm lokal ekiplere dağıtıldı.
- [ ] Tıkanmaları önlemek adına onay SLA süreleri ile olası kriz anı eskalasyon hatları net bir şekilde tanımlandı.
- [ ] Kampanya performanslarının merkez tarafından doğru okunabilmesi için lokasyon kampanya etiket standardı kuruldu.
- [ ] Performans raporlama altyapısı hem ana merkez hem de alt lokasyon/şube kırımlarını içerecek şekilde yapılandırıldı.
- [ ] Algoritmik ve operasyonel dinamikler göz önünde bulundurularak 365 günlük hesap mimarisi revizyon takvimi planlandı.



[Diagram] — Merkez + Lokasyon Hesap Hiyerarşisi Diyagramı

Ana kurumsal hesabın, alt şube veya lokasyon hesaplarıyla olan organik bağı, veri akışını ve onay zinciri hiyerarşisini gösteren mimari iş akış şeması

## ÇOK LOKASYONLU MARKA CHECKLIST'İ

- ✓ Rol kartları ve yetki sınırları yazıldı
- ✓ Tek/çok hesap kararı kriterlerle verildi
- ✓ Style guide ve şablonlar dağıtıldı
- ✓ Onay SLA ve kriz hattı tanımlı
- ✓ Lokasyon kampanya etiketi standardı var
- ✓ Raporlama merkez+lokasyon kırılımlı

## **[Checklist Card] — Çok Lokasyonlu Marka Checklist Kartı**

*Pazarlama direktörleri, marka yöneticileri ve ajans liderlerinin çok şubeli operasyonları yönetirken marka bütünlüğünü korumak adına el altında bulundurabilecekleri kompakt kontrol kartı tasarımı*