

Multi-Channel İçerik Alanları & Yayın Akışı Planlama Şablonu — Yazılım / Omni-Channel (v1.0)

Asset Amaç: Bu şablon; CMS üzerinde web, mobil uygulama (app), sosyal medya ve e-posta kanalları için kanala duyarlı (*kanal-aware*) alanları tasarlayıp tek bir içerik girişinden (*entry*) çoklu format üretmenizi sağlar. UTM parametreleri, e-posta konu/önizleme metinleri ve karakter sınırlarını standardize ederek ölçüm tutarlılığını artırır; kanallar arası mesaj tutarsızlığını ve içeriklerin tekrar yazılma maliyetini azaltır.

Kim Kullanır?: İçerik Liderleri (Content Lead), Pazarlama Liderleri (Marketing Lead), CRM/E-posta Sorumluları, Ajans Proje Yöneticileri (PM) ve Analitik Sorumluları.

Nasıl Kullanılır?

- İlgili içerik tiplerini (*content types*) seçin ve her bir kanalın çıktı gereksinimlerini listeleyin.
- Kanala özgü (*kanal-aware*) alan setlerini ve karakter limitlerini (konu başlığı, özet metin vb.) tanımlayın.
- UTM standartlarını ve ölçüm sözlüğünü ekleyip çok kanallı yayın akışı (*review/publish*) adımlarını belirleyin.

TEMPLATE — Multi-Channel İçerik Alanları & Yayın Akışı Yönetim Matrisi

1) İçerik Tipi Seçimi & Eşleme

Tek merkezden girilecek ve kanallara dağıtılacak içerik türünün kimlik tanımı:

- Seçilen İçerik Türü:** ☐ Kampanya | ☐ Blog | ☐ Case Study | ☐ Duyuru | ☐ Ürün / Hizmet
- Tek İçerik Kimliği (*content_id*):** _____ (Örn: *omni_2026_q3_campaign_01*)

2) Kanala Duyarlı (Kanal-Aware) Alan Seti

Merkezi bir entry girildiğinde, headless veya kurumsal CMS'in ilgili API kanallarına dağıtacağı spesifik alan mimarisi:

- Web Alanları:** *title* (Sayfa Başlığı), *body* (Gövde Metni), *CTA* (Eylem Butonu Metni + Link)
- Mobil Uygulama (App) Alanları:** *app_title* (Uygulama İçi Başlık), *app_summary* (Push Bildirim / İn-App Özet), *deep_link* (Uygulama İçi Doğrudan Yönlendirme)
- Sosyal Medya (Social) Alanları:** *social_caption* (Ana Paylaşım Metni), *social_snippet* (Kısa Tanıtım), *hashtags* (Kontrollü etiket seti)
- E-posta (Email) Alanları:** *subject* (E-posta Konu Başlığı), *preview_text* (Ön İzleme Metni), *email_summary* (Bülten Gövde Özeti), *email_cta* (E-posta Eylem Butonu)

3) Karakter Limitleri & Fallback Kuralları

Kanalların arayüz tasarımlarını bozmamak için getirilen teknik kısıtlamalar ve alan boş kalma algoritmaları:

- **Email Subject Maksimum Sınırı:** ____ karakter (Varsayım: Örn: 60 karakter)
- **Social Snippet Maksimum Sınırı:** ____ karakter (Varsayım: Örn: 140 karakter)
- **App Summary Maksimum Sınırı:** ____ karakter (Varsayım: Örn: 110 karakter)
- **Yedek Plan (Fallback) Mekanizması:** Kanala özgü özel alan boş bırakılmışsa, sistem otomatik olarak ana çekirdek özeti (**core summary**) klonlasın mı? ☐ Evet

4) UTM Parametreleri & İsimlendirme Standardı (Naming Convention)

Tüm kanallardan gelen trafiğin Google Analytics 4 (GA4) ve analitik araçlar üzerinde kusursuz takibi için veri formatı:

- **utm_source / utm_medium / utm_campaign Standardı:** _____
(Örn: **source=newsletter&medium=email&campaign=q3_product_launch**)
- **Kampanya Kimliği (campaign_id):** _____ (Analitik eşleme kodu)
- **GA4 Etkinlik (Event) Standardı:** Varlıkların kullanıcı etkileşimine göre **view** (Görüntüleme), **click** (Tıklama), **submit** (Form Gönderimi) olarak izlenmesi dizilimi (Varsayım).

5) Omni-Channel Yayın Akışı (Workflow)

Bir içeriğin oluşturulmasından tüm kanallarda yayına girmesine kadar olan kontrol aşamaları:

\$\$\$ \text{Draft (Taslak)} \rightarrow \text{Review (İçerik Editör Kontrolü)} \rightarrow \text{Channel QA (Kanal Doğrulama)} \rightarrow \text{Publish (Çok Kanallı Yayın)} \$\$\$

- **Kanal QA (Ön İzleme ve Onay Kapıları):** ☐ Mail Ön İzleme | ☐ Sosyal Medya Şablon Kontrolü | ☐ Mobil Uygulama Push Testi

6) Ölçüm ve Metrik Paneli (KPI Matrix)

Kanal bazlı başarı kriterleri ve performans veri takibi kuralları:

- **Web Performans KPI'ları:** Tıklama Oranı (CTR), Dönüşüm Oranı (CVR)
- **E-posta Performans KPI'ları:** Açılma Oranı (Open Rate), Tıklama Oranı (Click Rate) (Varsayım)
- **Sosyal Medya Performans KPI'ları:** Bağlantı Tıklamaları (Link Clicks), Etkileşim Oranı (Engagement Rate)
- **CRM / Satış Performans KPI'ları:** Müşteri Adayı Sayısı (Lead), Satış Fırsatı Havuzu (Pipeline) (Varsayım)

7) Nasıl Uygulanır? (5 Teknik Dağıtım Kuralı)

1. **İçerik Katmanlarını API Seviyesinde İzole Edin:** Geliştiricilerin front-end uygulamalarında web sitesi için sadece web nesnelerini, mobil uygulama için ise **app_title** ve **deep_link** bileşenlerini çekecek şekilde optimize edilmiş GraphQL ya da REST API sorguları kurgulayın.
2. **Karakter Limitlerini Giriş Anında Validasyona Bağlayın:** Editör e-posta konu başlığını girerken belirlenen sınır aşıldığında CMS panelinde anlık görsel uyarı (Örn: Kırmızı sayaç) gösterin ve limit aşılmışsa içeriğin *Channel QA* aşamasına geçmesini engelleyin.
3. **UTM Değerlerini Statik Değil Dinamik Üretin:** Editörlerin manuel UTM yazarken hata yapmasını engellemek için, CMS'in yayınlama anında seçilen kanala göre

`utm_source` ve `medium` parametrelerini URL sonuna otomatik ve dinamik enjekte etmesini sağlayın.

4. **Fallback Zincirini Akıllıca Kurgulayın:** Özel bir kanal alanı (Örn: `social_snippet`) girilmediğinde sistemin çökmemesi veya boş kalmaması için sırasıyla `core_summary` → `seo_description` → `body (first 100 chars)` şeklinde çalışan bir basamaklı yedek metin (*fallback*) algoritması kurun.
5. **Kanal Yayın Tetikleyicilerini Webhook'lara Bağlayın:** İçerik *Publish* durumuna getirildiği an, ilgili e-posta pazarlama aracına (CRM), sosyal medya yönetim paneline ve mobil push sunucusuna eş zamanlı olarak ilgili kanal verilerini fırlatan bağımsız webhook senkronizasyonları oluşturun.

Deliverables (Teslim Edilecek Çıktılar)

- **Kanal-Aware Şema Sözlüğü (v1.0):** CMS içinde tanımlanacak tüm çok kanallı içerik tiplerini, veri formatlarını ve API çıktı mimarilerini gösteren teknik şema dökümanı.
- **UTM Sözlüğü & Ölçüm Planı:** Kanallardan gelen trafiğin analitik araçlarda sıfır veri kaybıyla izlenmesini sağlayan parametre standartları ve GA4 event matrisi kılavuzu.
- **Yayın Runbook & Kontrol Listesi:** Editörlerin ve pazarlama ekiplerinin bir içeriği tek noktadan girip çoklu kanalda sorunsuz şekilde yayına alırken uygulayacağı operasyonel adımlar rehberi.



[Checklist / Framework Card]

İçerik liderleri, pazarlama müdürleri ve CRM sorumlularının çok kanallı (omni-channel) yayın şemalarını ve UTM standartlarını denetlemeleri için tasarlanmış, 1200x1200px kare formatında yüksek çözünürlüklü bir operasyonel kontrol kartı. Koyu grafit ve fütüristik gece mavisi tonlarındaki kurumsal arka plan üzerinde, farklı kanalları temsil eden parlayan turkuaz, mor ve altın sarısı ikonlar ağ mimarisiyle birbirine bağlanıyor. Kartın üzerinde; "Kanal-Aware Şema Doğrulaması", "Karakter Limit Limit Kontrolleri", "Otomatik UTM Entegrasyonu" ve "Kanal Bazlı Fallback Uyum Tespiti" gibi kritik operasyon maddeleri, yanlarında parlayan neon yeşili onay işaretleriyle son derece scannable, net ve vizyoner bir checklist formatında sergileniyor.



[Diagram / Flow]

Merkezi bir CMS mimarisinden girilen tek bir içerik verisinin web, mobil uygulama, sosyal medya ve e-posta (bülten) kanallarına entegre UTM ve ölçüm parametreleriyle nasıl dinamik dağıtıldığını görselleştiren, 1920x1080px Full HD çözünürlükte mimari bir süreç diyagramı. Minimalist derin antrasit bir zemin üzerinde, sol tarafta yer alan parlak "Merkezi CMS Veri Girişi (Single Entry)" düğümünden çıkan mor ve mavi yön okları, merkezdeki "Kanal-Aware Dağıtım ve Validasyon Katmanı"na ulaşıyor. Buradan dallanan veri yolları, en sağda konumlanan "Web Platformu (CTR/CVR)", "Mobil Push (Deep Link)", "Sosyal Medya (Engagement)" ve "E-Posta Engine (Open/Click)" uç noktalarına yönelirken, her kanalın altındaki veri akış takip çizgileri "clarity at a glance" felsefesine uygun olarak net bir biçimde şemalaştırılıyor.