

Okunabilirlik ve Layout Kontrol Listesini İndir — SEO / Content UX (v1.0)

Asset Amacı: Bu asset, içerik sayfalarında okunabilirliği artırırken SEO başlık hiyerarşisi, iç link ve dönüşüm öğelerini korumak için hazırlanmış pratik bir kontrol setidir. Amaç; “iyi içerik ama kötü layout” problemini hızlıca teşhis etmek ve 14 günlük bir sprint ile iyileştirmeyi tamamlamaktır. Özellikle otel/hizmet detay sayfaları ve rehber ağırlıklı siteler için uygundur.

Kim Kullanır?: SEO uzmanı, içerik editörü, UI/UX tasarımcı, web geliştirici, pazarlama yöneticisi.

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Durum Tespiti:** Sayfayı checklist ile tarayıp kırmızı/sarı/yeşil alanları işaretleyin.
- Stratejik Haritalama:** Problem → kök neden → çözüm tablosuyla aksiyonları öncelik sırasına göre sıralayın.
- Sprint ve Optimizasyon:** 14 günlük sprint planıyla uygulayıp 30 gün KPI notu düşerek etkileri ölçün.

B) Template (Boş Şablon Alanları)

1) Problem → Kök Neden → Çözüm Tablosu

Aşağıdaki yapı görsel referans "image_fa0107.png" temel alınarak yapılandırılmıştır:

No	Problem / Boşluk	Kök Neden	Öncelikli Aksiyon (Çözüm)	İlgili Metrik / Alan
01	İçerik okunmuyor	Metin duvarı + zayıf başlık	Parçala, H2/H3 artır, liste/kutu ekle	Okunabilirlik / Layout
02	SEO sinyali zayıf	Heading hiyerarşisi bozulmuş	H1–H2–H3'ü düzelt, tasarımı buna oturt	Semantik SEO Mimari
03	Mobilde düşüş	Font küçük / modüller eziyor	Mobil first düzen, sticky azalt	Mobil Kullanılabilirlik
04	Dönüşüm yok	CTA yanlış yerde	CTA'yı karar anına taşı, micro CTA ekle	Dönüşüm Oranı (CRO)
05	Hız sorunlu	Ağır görsel/modül	Optimize et, lazy-load kullan, sadeleştir	Core Web Vitals (CWV)

2) Ölçüm & Önceliklendirme Checklist'i

- İlk ekran 2–3 cümle özet + 1 micro CTA içeriyor mu?
- Paragraflar 2–4 cümle bandında mı, “metin duvarı” görünümü engellendi mi?
- H2/H3 hiyerarşisi bozulmamış mı? (Tasarım kaygısıyla seviye atlama yapılmadı.)
- Her H2 altında kullanıcıyı tutacak en az 1 liste veya bilgi kutusu yer alıyor mu?
- Görseller alt metin şablonuna uygun mu ve sayfayı ağırlaştırmayacak şekilde optimize edildi mi?
- Mobilde font büyüklüğü, satır boşluğu ve tıklanabilirlik alanları yeterli mi?
- CTA konumu doğru mu? (Karar anına uygun, çok erken veya içerikten kopuk değil.)
- İç linkler; içerik SEO, UI/UX ve geliştirme sayfalarına stratejik olarak bağlandı mı?
- Hız/CWV riski oluşturan ağır bir modül ya da gereksiz medya ögesi var mı?
- Yayın sonrası 7 / 30 / 90 günlük performans izleme takvimi not edildi mi?

3) 14 Günlük Sprint Planı

- Gün 1:** 10 sayfa seç (rehber + hizmet + otel sayfası karışık)
- Gün 2:** Okunabilirlik ölçümü (paragraf/heading/mobil) + sorun listesi
- Gün 3:** Layout standardı (başlık, liste, kutu, CTA konumu) dökümanı
- Gün 4–6:** Pilot 3 sayfada uygulama (rehber + hizmet + otel sayfası)
- Gün 7:** İç link ve CTA yerleşimi revizyonu
- Gün 8:** Görsel optimizasyon ve alt metin standardı
- Gün 9:** Mobil kırılımlar test + düzeltmeler
- Gün 10:** Hız/CWV kontrolü (Varsayım: teknik ekip)
- Gün 11–12:** Kalan sayfalara rollout
- Gün 13:** Yayın + kalite kontrol
- Gün 14:** 30 gün KPI takip planı ve takvime not

4) KPI Takip Tablosu

Aşağıdaki yapı görsel referans "image_f9fe5a.png" temel alınarak yapılandırılmıştır:

Ölçüm Alanı	Başlangıç (Pre-UX)	30. Gün Sonucu	Fark (%)
Scroll Derinliği	_____	_____	+ % ---
Sayfada Kalma Süresi	_____	_____	+ % ---
CTA Tıklaması	_____	_____	+ % ---
Dönüşüm Oranı	_____	_____	+ % ---

Mobil Etkileşim	_____	_____	+ % ---
-----------------	-------	-------	---------

Deliverables & Görsel Notlar

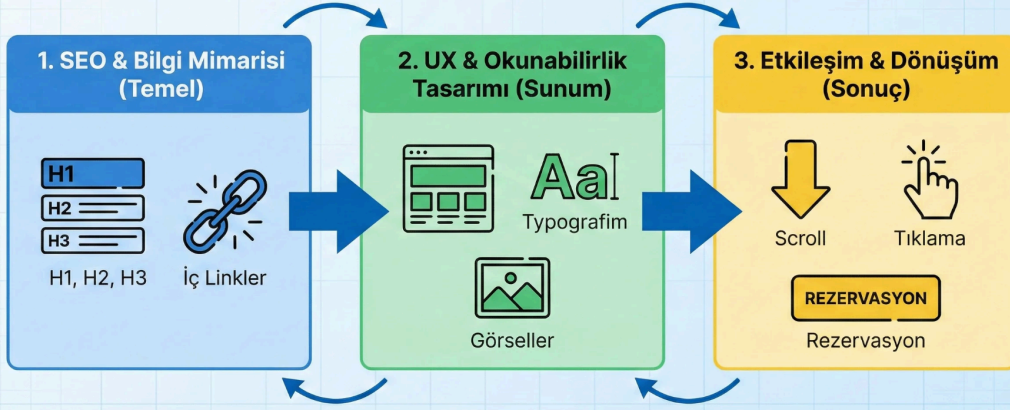
- **Teslimatlar:** Layout standart dökümanı (H1–H2–H3 + bileşenler), Okunabilirlik checklist sonuçları (kırmızı/sarı/yeşil), Pilot sayfa örnekleri (önce/sonra), İç link + CTA yerleşim planı, 30/90 gün KPI takip notu.

Hızlı Okunabilirlik Kontrolü

- ✓ H2/H3 Hiyerarşisi Korunmuş
- ✓ Paragraflar Kısa (2-4 Cümle)
- ✓ Liste veya Kutu Kullanılmış
- ✓ Görseller Metni Destekliyor
- ✓ Mobilde Taranabilir Yapı
- ✓ CTA Karar Anında Görünür

“Mini okunabilirlik checklist kartı, hızlı kontrol”

İçerik Deneyimi Modeli



SEO + UX = Yüksek Performanslı İçerik

“İçerik deneyimi modeli, UX–SEO–dönüşüm ilişkisi”