

Outreach E-posta Şablonu & Takip Sheet'ini İndir — SEO / Outreach (v1.0)

Asset Amacı: Bu varlık; bağlantı edinme ve sektörel iletişim (outreach) operasyonlarını spam nitelikli, jenerik ve "toplu e-posta" gönderim hatasından kurtarıp tamamen değer ve ilişki bazlı sürdürülebilir bir sürece dönüştürmek için tasarlanmıştır. Yüksek dönüşüm getiren kişiselleştirilmiş e-posta yapıları, optimize edilmiş takip (follow-up) akışı ve adım adım prospect (aday site) boru hattı (pipeline) takip tablosu ile geri dönüş ve yanıt oranlarını (conversion rate) radikal şekilde artıracak bir operasyon standardı sağlar.

Kim Kullanır?: Ajans SEO ekipleri, otel/turizm pazarlama departmanları, B2B içerik ve dijital pazarlama ekipleri.

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Filtreleyin ve Listeleyin:** Aday siteleri (prospects) sektörel alaka düzeyi (relevance), organik trafik gücü ve alan adı otoritesi (authority) filtrelerinden geçirerek takip sheet'ine işleyin.
- Kişiselleştirin ve Tetikleyin:** Hedef nişe veya içerik türüne en uygun e-posta şablonunu seçin; metne aday sitenin içeriğine doğrudan atıfta bulunan en az 3 satırlık özgün kişiselleştirme notu ekleyerek gönderimi yapın.
- Süreci Takip Edin ve Skorlayın:** Takvimde tanımlanan follow-up günleri geldiğinde hatırlatmaları geçin; süreç sonundaki nihai çıktıları (link, mention, iş birliği) KPI alanlarında işaretleyin.

B) E-posta İletişim Şablonları (Boş Şablon Alanları)

ŞABLON A) İlk Temas – "Katma Değerli Kaynak Önerisi" (Genel)

- Konu Satırı:** _____
(Örn: [Site Adı] İçin Küçük Bir Katma Değer Önerisi)

Merhaba [İsim / Editör],

Sitenizdeki [İçeriğinin Spesifik Başlığı / Bölümü] kısmını detaylıca okudum. Özellikle [Aday sitenin içeriğine dair 1 cümlelik derinlemesine kişiselleştirme notu] yaklaşımını çok başarılı ve yerinde buldum, elinize sağlık.

Biz de kısa süre önce [Konu / Silo Başlığı] için okuyucularınızın [Kullanıcıya sağlayacağı net fayda / çözüm] elde etmesine doğrudan yardımcı olabilecek

pratik bir **[Asset Türü: Tablo / İnteraktif Grafik / Checklist / Vaka Çalışması]** hazırladık.

Eğer sizce de uygunsa, ilgili bölüme okuyucularınız için tamamlayıcı bir kaynak / referans olarak eklemek ister misiniz? Süreci kolaylaştırmak adına metni hazır bir görsel veya kısa alıntı formatında da sizinle paylaşabilirim.

Değerli vaktiniz ve geri bildiriminiz için şimdiden çok teşekkürler.

Sevgiler,

[Adınız] — [Kurumsal Pozisyonunuz]

ŞABLON B) Follow-up 1 – "Süreci Kolaylaştır" (İlk İletişimden 4-5 Gün Sonra)

Merhaba **[İsim]**,

Yoğun takviminizi bölmek adına kısa bir hatırlatma bırakmak istedim. Önerdiğim **[Hazırlanan Asset Adı]** varlığının, sitenizdeki okuyucuların deneyimini zenginleştireceğini düşünüyoruz.

İşinizi kolaylaştırmak adına dökümanın direkt hazır web-görsel versiyonunu, iframe embed kodunu veya kısa bir alıntı metnini de sizinle paylaşabilirim.

Konuyla ilgili kısa bir değerlendirme yapmanız mümkün müdür?

Teşekkürler, iyi çalışmalar.

ŞABLON C) Follow-up 2 – "Nazik Kapanış & Kapıyı Açık Bırakma" (İlk İletişimden 10 Gün Sonra)

Merhaba **[İsim]**,

Bu konuyla ilgili son kez küçük bir "ping" atmak istedim; gündeminiz çok yoğun olabilir veya şu an bu güncelleme için uygun bir dönem olmayabilir, tamamen anlayışla karşılıyorum. Dosyayı şimdilik kapatıyorum.

İlerleyen dönemlerde sektörel araştırmalarımızda veya ortak içerik projelerinde birbirimize destek olmaktan her zaman memnuniyet duyarım.

Harika bir hafta geçirmeniz dileğiyle, çok teşekkürler.

ŞABLON D) Stratejik İş Birliği – "Podcast / Webinar / Guest Content"

- **Konu Satırı:** _____
(Örn: *[Kanal/Yayın Adı] Sektörel İş Birliği Önerisi*)

Merhaba **[İsim / Yapımcı]**,

Yayınlamış olduğunuz **[Program / Yayın / Podcast Adı]** formatınızı uzun süredir ilgiyle takip ediyorum. Özellikle **[Yayından spesifik bir konuk, bölüm**

veya argümana dair kısa kişiselleştirme] yönüyle sektörde harika bir boşluğu dolduruyorsunuz.

Sektörün güncel durumu olan **[Odak Konu]** üzerine ekibimizle birlikte hazırladığımız yeni bir veri notunu, pratik bir çerçeveyi (framework) ve vaka analizlerini sizinle paylaşmak isteriz.

Eğer vizyonunuza uyarsa, kitlenize katma değer sağlayacağımız 15–20 dakikalık bir konuk içerik, ortak webinar veya kısa bir podcast bölümü planlayabilir miyiz?

Geri dönüşünüzü heyecanla bekliyorum, çok teşekkürler.

C) Prospect Takip Sheet'i Kolon Şablonu (Pipeline)

Aşağıdaki satır mimarisini kopyalayıp Excel veya Google Sheets dökümanınıza kolon olarak yapııştırarak anlık boru hattınızı (pipeline) yönetebilirsiniz:

[Prospect Site URL] :

[Niş / İçerik Etiketi]: _____ (Örn: Turizm Rehberi / B2B Seyahat / SEO Hub)

[Yetkili Kişi / Unvan]: _____ (Örn: Ahmet Yılmaz / İçerik Editörü)

[İletişim Kanalı] : _____ (Örn: ahmet@site.com / LinkedIn URL)

[Kişiselleştirme Notu]:

[İlk Gönderim Tarihi] : ____ / ____ / 2026

[Mevcut Operasyon Durumu]: Beklemede Yanıt Alındı Yayında/Canlıda Reddedildi

[Follow-up 1 Tarihi] : ____ / ____ / 2026

[Follow-up 2 Tarihi] : ____ / ____ / 2026

[Elde Edilen Çıktı] : Editoryal Link Marka Mention (Atıf) Sonuç Yok

[Operasyonel Özel Not]:

Nasıl Doldurulur? (5 Katı İletişim Kuralı)

- Benzersiz Bir Kanca (Hook) Bulun:** Her bir aday site için en az 1 satırlık derinlemesine kişiselleştirme notu yazmak zorunludur. Sadece "Sitenizi çok beğendim" demek yerine, "Son yazınızın 3. paragrafındaki X verisi analizinizi çok haklı buldum" diyerek içeriği gerçekten okuduğunuzu kanıtlayın.
- Tek Mail, Tek Net İstek Prensibi:** Karşı taraftan tek bir iletişimde hem kaynak eklemesini, hem konuk yazar olarak sizi kabul etmesini, hem de podcast'e konuk almasını istemeyin. Hedef odaklı olun; "kaynak önerisi" mi yoksa "iş birliği" mi yapacağınıza en başta karar verin.

3. **Follow-up Adımlarına Kolaylık Katın:** Hatırlatma e-postalarında asla *"Mailimi gördünüz mü?"* baskısı kurmayın. Her follow-up adımında karşı tarafa bir kolaylık (Örn: *"Dilerseniz sitenize direkt ekleyebileceğiniz hazır bir infografik görseli veya 50 kelimelik özet metin de ekte"*) sunarak eyleme geçme bariyerini düşürün.
4. **Israrcı Olmayın, Spam Riski Yaratmamanın Sınırını Bilin:** Eğer gönderdiğiniz ilk maile ve ardından gelen 2 adet nazik follow-up adımına hiçbir yanıt alamadıysanız, o aday sitenin satırını kapatın. Sürekli mail atarak kurumsal domain itibarınızı riske atmayın ve spama düşmeyin.
5. **Haftalık ve Aylık Veri Konsolidasyonu Yapın:** Her ayın sonunda ekibinize veya üst yönetime sunmak üzere şu makro KPI özetini çıkartın: *Toplam Gönderilen İletişim, Net Yanıt Oranı (Response Rate), Olumlu Dönüş Oranı ve Kazanılan Toplam Editoryal Link / Marka Atfı (Mention).*

Gerçek Hayattan Uygulama Örneği

- **Aday Site (Prospect):** Yerel Turizm ve Gezi Rehberi Portalı
- **Editöre Özel Geliştirilen Kişiselleştirme:** *"Sitedeki 'Aile ile Hafta Sonu Rotaları' içeriğinizin otel seçim kriterleri bölümünü çok başarılı bulduk; ancak bu alana kullanıcıların bütçe planlamasını kolaylaştıracak 1 pratik karşılaştırma tablosu eklenebilir."*
- **Kullanılan Şablon Seti:** Şablon A (Kaynak Önerisi) + Şablon B (Follow-up 1 - Kolaylık Ekleme)
- **Elde Edilen Nihai Sonuç:** Editör hazırladığımız özel bütçe tablosunu içeriğe dahil etti ve altına markamıza doğal, editoryal bir referans link (Contextual Backlink) ekleyerek marka atfı (Mention) sağladı.

Operasyonel Kontrol Listesi (QA Checklist)

- [] Kampanya lansmanı öncesinde en az 30–50 adetlik elenmiş ve filtrelenmiş prospect listesi sheets üzerinde hazırlandı mı?
- [] İstisnasız her bir adayın karşısındaki "Kişiselleştirme Notu" hücresi benzersiz argümanlarla dolduruldu mu?
- [] Takvimde ve sistemde maksimum 2 follow-up kuralına sadık kalınacak otomasyon/hatırlatma yapısı kuruldu mu?
- [] E-posta metinlerinin hiçbir yerinde "Link satışı, bütçe karşılığı link, link değişimi (reciprocal)" gibi arama motoru politikalarına aykırı yapay bir dil kullanılmadı, tamamen şeffaf değer dili korundu mu?
- [] Ay sonu raporlamaları için KPI özet tablosu analitik dashboard'a entegre edildi mi?

Deliverables (Kullanıcıya Teslim Edilecek Varlıklar)

1. **Gelişmiş E-posta Şablon Seti:** İlk temas, değer hatırlatma, nezaket kapanışı ve üst düzey iş birliği metin blokları.
2. **Prospect Takip Sheet'i (Pipeline):** Aday sitelerin durumunu anlık olarak izleyen dinamik kurumsal takip tablosu.
3. **Aylık Outreach KPI Rapor Şablonu:** Dönüşüm ve kazanılan editoryal bağlantı performansını raporlayan analitik matris.

Görsel Yerleşim & Medya Notları

Outreach Yapılacaklar (✓) & Yapılmayacaklar (✗) Kontrol Listesi

YAPILACAKLAR (✓)	YAPILMAYACAKLAR (✗)
✓ Prospect listesini Alaka+Otorite ile filtrele.	✗ Alakasız sitelere toplu mail atma.
✓ Her maile 1 cümle kişiselleştirme ekle.	✗ Kopyala-yapıştır şablon kullanma.
✓ Net bir değer önerisi ve kanıt sun.	✗ Sadece "link ver" diye isteme.
✓ Tek bir, düşük eforlu istekte bulun.	✗ Çoklu veya agresif isteklerde bulunma.
✓ Follow-up'ları planlı ve nazik tut.	✗ Aynı gün veya ısrarlı takip yapma.

Amaç spam değil, sürdürülebilir ilişki kurmaktır.

"Bir outreach kampanyası başlatılmadan önce veri kalitesinden e-posta diline, kişiselleştirme doğruluğundan follow-up limitlerine kadar kontrol edilmesi gereken adımları içeren Outreach Operasyonel Kontrol Kartı."

Outreach E-posta Akış Diyagramı: İlk Mailden Kapanışa



"Aday sitelerin keşfinden (Prospecting), relevance/authority süzgecine, ilk temas mailinden follow-up süreçlerine ve nihai link/mention kazanım anına kadar uzanan adım adım Outreach Pipeline Akış Diyagramı."