

rel="sponsored"/"ugc"/nofollow Kullanım Checklist'ini İndir — SEO / Link Attributes (v1.0)

Asset Amacı: Bu şablon; web sitenizden dışarıya giden (outbound) veya dış kaynaklardan gelen sponsorlu, affiliate (gelir ortaklığı) ve kullanıcı tarafından oluşturulan (UGC) bağlantıların arama motoru yönergelerine tam uyumlu şekilde etiketlenmesini standartlaştırır. **Amaç;** saf editoryal bağlantılar ile ticari ya da kontrolsüz bağlantıları net bir şekilde ayırarak sitenizin algoritmik tarama kalitesini korumak, uyum ve spam risklerini sıfırlamak ve ekipler arası denetlenebilir bir yayın öncesi otomasyon süreci kurmaktır.

Kim Kullanır?: İçerik ve PR ekipleri, affiliate/gelir ortaklığı operasyon yöneticileri, kıdemli SEO uzmanları ve teknik yazılım ekipleri.

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

Mevcut link envanterini ve ticari desenleri çıkartın: Siteniz genelinde reklam, sponsorluk, affiliate köprüleri veya yorum/forum alanları gibi tüm harici bağlantı noktalarını tarayın; mecra, desen (pattern) ve domain bazlı merkezi bir envanter dökümanı oluşturun.

Checklist ile uyumsuzlukları tarayıp düzeltme backlog'u oluşturun: En çok organik trafik ve dönüşüm alan ilk 20 stratejik sayfadan başlayarak bağlantıların niteliklerini (attributes) inceleyin; standart **nofollow** yerine modern **rel="sponsored"** ve **rel="ugc"** dönüşümleri için yazılım ekibine delege edilecek akut bir düzeltme listesi hazırlayın.

14 günlük sprint ile yayın öncesi kontrol ve otomasyon adımını devreye alın: Belirlenen affiliate kalıplarını otomatik olarak **sponsored** etiketine dönüştürecek teknik kuralları CMS (İçerik Yönetim Sistemi) seviyesinde entegre edin, içerik giriş süreçlerine zorunlu onay adımı ekleyin ve aylık denetim KPI setini izlemeye başlayın.

B) Template (Boş Şablon Alanları)

1) Stratejik Link Nitelik Tanımlama Kartı & 2) Kurumsal Zaman Çizelgesi Matrix

Aşağıdaki blok yapısını kopyalayıp kurumsal proje yönetim aracınıza (Jira/Asana) veya takip dökümanınıza entegre edebilirsiniz:

[Tespit Edilen Link Tipi] : Ücretli/Sponsorlu Affiliate (Gelir Ortaklığı) UGC (Yorum/Forum)

[Uygulanacak rel Özelliği] : rel="sponsored" rel="ugc" rel="nofollow"

[Aksiyon Sorumlusu & Durum] : Uzman: _____ | Backlogda CMS Otomasyonunda Canlıda

■ 14 GÜNLÜK LINK ATTRIBUTE UYUM SPRINT PLANI

↳ Gün 1–2: Sitedeki tüm sponsorlu, affiliate ve UGC dış link envanterinin çıkarılması:

└─▶ Gün 3–4: En çok trafik ve dönüşüm alan ilk 20 sayfanın manuel/teknik denetimi :

└─▶ Gün 5–6: CMS üzerinde affiliate kalıpları için otomatik sponsored kuralı yazılması :

└─▶ Gün 7–8: Yorum ve forum alanlarında varsayılan ugc etiketleme motorunun doğrulanması: _____

└─▶ Gün 9–10: Envanterde saptanan yüksek öncelikli hatalı linklerin toplu düzeltilmesi :

└─▶ Gün 11–12: İçerik giriş paneline "Yayın Öncesi rel Checklist" onay adımının eklenmesi:

└─▶ Gün 13–14: Aylık periyodik denetim KPI setinin kilitlenmesi ve ilk raporun basılması:

3) Ölçüm & Önceliklendirme Checklist'i & 4) İç Teknik Denetim Kartı

Her iki alanı da çapraz kontrol (cross-check) amacıyla eksiksiz işaretleyin:

A) Ölçüm & Önceliklendirme Sinyalleri:

[] Sitedeki tüm ücretli iş birlikleri ve sponsorlu içerik sayfaları eksiksiz listelendi mi?

[] Gelir ortaklığı bağlantılarına ait affiliate domain ve url-pattern listeleri netleştirildi mi?

[] Kullanıcıların serbestçe içerik/link bırakabildiği yorum, forum ve profil alanları tespit edildi mi?

[] Tespit edilen tüm UGC link yapılarının varsayılan olarak rel="ugc" ile işaretlendiği doğrulandı mı?

[] Tüm sponsorlu ve affiliate link mimarisinin rel="sponsored" niteliği taşıdığı kontrol edildi mi?

[] Güvenilmeyen, anlamsal bağı kopuk veya manipülatif dış linklerde rel="nofollow" kararı netleştirildi mi?

[] Süreç sürdürülebilirliği için aylık denetim örnekleme (taracak hedef sayfa sayısı) belirlendi mi?

B) İç Teknik Kök Neden Denetimi:

[] Yakın tarihte Deploy / URL Yapı Değişimi Var mı?

[] robots.txt / Sitemap / Canonical Kuralları Değişti mi?

[] Sunucuda 404 / 5xx Hata Kodlarında Sıçrama Var mı?

[] Eş Zamanlı Resmi Bir Google Algoritma Güncellemesi Var mı?

[] Sitede Yanlışlıkla Noindex / Nooverride Ataması Yapıldı mı?

Sinyal & Teknik Denetim Özet Notu: _____

5) Matematiksel Risk & Uyum Sınıflandırma Matrisi

Kriterleri 0 (Tam Uyum) ile 2 (Kritik Uyumsuzluk / Spam Riski) arasında puanlayın. Formül:
 $R_{top} = \sum(K_i)$

Sponsorlu Takip Kusuru (Follow): ___ / 2 (Sponsorlu veya ücretli linklerin doğrudan dofollow bırakılması)

UGC Moderasyon ve Spam Açığı : ___ / 2 (Yorum alanlarında denetimsiz, filtresiz ve rel etiketsiz link çıkışları)

Affiliate Kalıp Tanımsızlığı : ___ / 2 (Ortaklık linklerinde şablon taraması olmaması, standart arama motoru riski)

Denetimsiz Manuel Yayın Sıklığı: ___ / 2 (Yayın ekiplerinin teknik kontrol adımı olmadan kontrolsüz link basması)

Algoritmik Politika Riski (Impact): ___ / 2 (Sitedeki hatalı etiketler yüzünden arama motoru spam filtresine girme hızı)

TOPLAM ALGORİTMİK UYUM RISK SKORU: ___ / 10

[] YEŞİL FAZ (0–3 Puan): Güvenli Standart | [] SARI FAZ (4–6 Puan): Kısmi Uyumsuzluk / Acil Manuel Müdahale | [] KIRMIZI FAZ (7–10 Puan): Akut Spam Riski / CMS Seviyesinde Otomasyon Şart

6) Problem → Kök Neden → Çözüm Tablosu

Uygulanan Gerçek Zamanlı Müdahale Kayıtları:

Problem	Kök Neden	Çözüm
Sponsorlu link follow	Şeffaflık yok / Kurumsal denetim süreci kurulmamış	sponsored standardının getirilmesi + CMS kod otomasyonu
UGC spam riski	Kullanıcı yorum alanları tamamen kontrolsüz ve açık	ugc özneliğinin varsayılan yapılması + editoryal moderasyon

Affiliate karışıklığı	Ortaklık link yapıları ve URL kalıpları tanımsız	Merkezi affiliate envanterinin çıkarılması + katı standart eklenmesi
Denetimsiz yayın	İçerik giriş aşamasında teknik bir filtre/checklist yok	Canlıya alım öncesi zorunlu teknik rel onay adımının kurulması

7) Öncesi / Sonrası KPI Tablosu (30 Günlük Uyum Takibi)

Uygulanan Gerçek Zamanlı Müdahale Kayıtları:

KPI	Önce	Sonra (30g Hedef)	Durum / Not
Sponsorlu Link Etiketleme Oranı:	TBD	%100	
UGC Link Etiketleme Oranı:	TBD	%100	
Uyum Hatası Sayısı (Audit):	TBD	0	
Risk Olayları (Manual/Policy):	TBD	TEMİZ	

Nasıl Doldurulur? (5 Kritik Savunma Kuralı)

- Jenerik Nofollow Alışkanlığını Terkedin:** Modern arama motoru ekosisteminde tüm dış linklere körü körüne `rel="nofollow"` basma dönemi bitmiştir. Reklam ve sponsorluklar için net bir şekilde `rel="sponsored"`, kullanıcı katkıları için ise `rel="ugc"` kullanarak algoritmaya şeffaf ve temiz sinyaller gönderin.
- Affiliate Bağlantılarını CMS Seviyesinde Otomatize Edin:** Yazarların veya editörlerin affiliate linklerini manuel etiketlemesini beklemek operasyonel hataya davetiye çıkarır. Yazılım ekibiyle birlikte, sitenizde kullanılan ortaklık URL kalıplarını (örn: `/go/`, `/admitad/`, `/booking/`) tespit edip, bu kalıpları içeren linklere otomatik olarak `rel="sponsored nofollow"` basan bir regex/kod kuralı yazın.
- Kullanıcı Yorum Alanlarını İzole Edin:** Sitenizin blog veya forum alt yapısında kullanıcıların bıraktığı linkleri tamamen kapatmak yerine, bu alanlardaki tüm köprü metinlerine (anchor text) otomatik olarak `rel="ugc"` atayın. Bu sayede, kötü niyetli kişilerin sitenizi bir "link tarlası" olarak kullanıp alan adı itibarınızı sarsmasını önlersiniz.

4. "Yayın Öncesi Checklist" Adımını Zorunlu Kılın: İçerik yönetim sisteminize (WordPress, Strapi vb.) yeni bir içerik eklenirken, editörün önüne "Bu yazıda sponsorlu link var mı? Uygun rel etiketleri seçildi mi?" sorusunu getiren ve bu alan işaretlenmeden yazının yayına alınmasını engelleyen teknik bir kilit (barrier) kurun.
5. Düzenli Örneklem Taramalarıyla Backlog'u Besleyin: Yılda bir kez büyük link denetimi yapmak yerine, her ay en çok harici link çıkışı yapılan veya en çok trafik alan rastgele 20 sayfayı (örneklem) bu dökümandaki kriterlerle test edin ve saptanan uyumsuzlukları anında teknik ekibin düzeltme backlog'una yazın.

Gerçek Hayattan Uygulama Örneği

Olay Senaryosu: Sitenin otel inceleme blog sayfalarında ve affiliate iş ortaklığı rehberlerinde yer alan 500'den fazla dış bağlantının tamamının standart "dofollow" (herhangi bir rel niteliği olmadan) yayınlandığı ve bu durumun Google Search Console üzerinde kalite uyarısı riski taşıdığı tespit edildi.

Teknik Kök Neden Analizi: Sitede robots ya da sitemap hatası yok. Sorunun, içerik ekibinin ticari linkler ile organik editoryal referans linkleri arasındaki ayrımı bilmemesinden ve teknik bir denetim mekanizmasının bulunmamasından kaynaklandığı doğrulandı.

Matematiksel Uyum Sınıfı: Risk matrisinde yapılan puanlamada sponsorlu kusuru, affiliate kalıp tanımsızlığı ve denetimsiz yayın kriterleri en yüksek skoru aldı ve toplam skor 8 (KIRMIZI FAZ) olarak belirlendi.

30 Günlük Yönetim Çıktısı: Gün 0'da CMS seviyesinde affiliate url pattern otomasyonu tetiklendi. Gün 11'de editör paneline yayın öncesi kontrol barajı eklendi; Gün 30 denetiminde sponsorlu ve UGC link etiketleme oranları %100 başarıya ulaştırılarak uyum hatası sayısı sifıra indirildi ve olası bir algoritmik ceza (manual action) riski tamamen bertaraf edildi.

Deliverables (Teslim Edilecek Kurumsal Dökümanlar)

- **Merkezi Link Envanteri (Sponsorlu/UGC/Affiliate):** Sitenizdeki tüm harici bağlantı türlerini, domain yapılarını ve bunların güncel rel durumlarını listeleyen dinamik takip matrisi.
- **rel Karar Matrisi (Tek Sayfa Hızlı Rehber):** Editörlerin ve PR ekiplerinin hangi içerik türünde hangi rel kombinasyonunu (örn: sponsored mi, ugc mi yoksa jenerik nofollow mu) seçeceğini gösteren kurumsal infografik şablonu.
- **Yayın Öncesi Kontrol Adımı Entegrasyon Brief'i:** CMS paneline eklenecek olan teknik onay butonlarının ve zorunlu validasyon kurallarının yazılım ekibine iletilecek teknik dökümantasyonu.
- **Aylık Dönemsel Link Sağlığı Raporu:** Sitenin arama motoru yönergelerine uyum oranını, saptanan hata sayılarını ve temizlenen risk olaylarını üst yönetime sunan aylık kurumsal rapor dökümanı.

Operasyonel Kontrol Listesi (QA Checklist)

[] Sitedeki tüm harici ücretli anlaşmalar, gelir ortaklığı bağlantıları ve yorum alanları merkezi link envanterine işlendi mi?

[] CMS / yazılım ekibiyle birlikte, affiliate link yapılarını otomatik olarak **rel="sponsored"** formatına dönüştürecek kod mimarisi doğrulandı mı?

[] Forum ve blog yorum motorları taranarak, kullanıcı kaynaklı tüm dış bağlantıların varsayılan olarak **rel="ugc"** aldığı test edildi mi?

[] Editörlerin denetimsiz içerik girmesini engellemek adına, içerik yönetim paneline "Yayın Öncesi Teknik rel Onay" kontrol adımı entegre edildi mi?

[] Sürecin algoritmik başarısını, uyum hatası sayılarını ve risk durumunu izlemek üzere 30 günlük öncesi/sonrası KPI paneli eksiksiz kuruldu mu?

Görsel Yerleşim & Medya Notları



Oluşturulan PDF içerisindeki yerleşim kodu ve görsel mühür. — "Yayın ve PR ekiplerinin içerik giriş süreçlerinde hata payını sınırlamak üzere; harici link tür tespiti, affiliate desen eşleşmesi, yorum alanı izolasyonu ve doğru rel atamalarını denetleyen Link Attribute Kontrol Kartı."



Oluşturulan PDF içerisindeki statik bağımsız SVG akış diyagramı yerleşimi. — "Siteden dışarıya giden bir bağlantının niteliğine göre (Ticari/Sponsorlu, Gelir Ortaklığı, Kullanıcı Yorumu veya Güvenilmeyen Kaynak) hangi spesifik rel özneliğini (**sponsored**, **ugc**, **nofollow** veya temiz editoryal link) alması gerektiğini rasyonel kurullarla gösteren teknik Karar Akış Diyagramı."