

Site İçi Arama Field Mapping & Filtre Tasarımı

Şablonu — Yazılım / On-Site Search (v1.0)

Asset Amaç: Bu şablon; site içi arama motoru için hangi içerik tiplerinin (content type) dizine (index) gönderileceğini, hangi CMS alanlarının aranabilir veya filtrelenebilir kılınacağını ve facet filtre setlerini standart bir formatta planlamanızı sağlar. Kullanıcıların arama loglarını (arama geçmişi verilerini) içerik stratejisine düzenli olarak geri besleyerek, web sitesindeki genel bilgi bulunabilirliğini ve arama kaynaklı dönüşüm oranlarını iyileştirmeyi hedefler.

Kim Kullanır?: UX Liderleri (UX Lead), Teknik Liderler (Tech Lead), İçerik/SEO Liderleri ve Ajans Proje Yöneticileri (PM).

Nasıl Kullanılır?

- Sitede aranabilir olması planlanan içerik tiplerini ve kullanıcıların site içi aramada hedeflediği ilk 10 arama niyeti senaryosunu seçip tanımlayın.
- CMS mimarisi ile arama motoru veritabanı arasındaki veri alanı eşleştirmesini (field mapping) doldurarak facet filtre ve sıralama (sort) alanlarını belirleyin.
- İçerik yayınlandıktan (publish) sonraki otomatik indeks güncelleme mekanizmasını ve aylık arama logu raporlama/geri besleme döngüsünü yapılandırın.

TEMPLATE — Site İçi Arama Mimarisi & Veri Eşleştirme Şablonu

1) Arama Kapsamı ve Kullanıcı Niyetleri

Arama motorunun tarayacağı veri sınırları ve odaklanacağı temel kullanıcı arama senaryoları:

- Dahil Edilecek İçerik Tipleri (Content Types):** ☐ Oda | ☐ Paket | ☐ Destinasyon | ☐ Blog | ☐ Case Study | ☐ SSS (Sıkça Sorulan Sorular) | ☐ Doküman / PDF
- En Sık Karşılaşılan İlk 10 Arama Niyeti (Top 10 Queries/Intents):**

2) Field Mapping (Veri Alanı Eşleştirme Matrisi)

CMS veritabanındaki alanların, arama motoru indeksindeki karşılıkları ve işlevsel rolleri:

CMS Veri Alanı	Arama Motoru İndeks Karşılığı	Alan İşlevi / Fonksiyonu
title (İçerik Başlığı)	search.title	Searchable: Doğrudan arama sorgusunda taranır ve eşleştirilir.
summary (Özet Metin)	search.summary	Searchable: İçeriğin kısa özet veya spot alanlarında arama taraması yapar.

tags (Etiketler)	search.tags	Facet: Arama sonuç sayfasında daraltıcı filtre bileşeni olarak kullanılır.
category / type (Kategori/Tür)	search.type	Facet: İçeriğin genel sınıfına göre filtreleme yapılmasını sağlar.
destination / industry (Lokasyon/Sektör)	search.facet_*	Facet: Sektörel veya lokasyon bazlı dinamik filtre kırılımları üretir.
updated_at (Güncellenme Zamanı)	sort.updated_at	Sort: Arama sonuçlarının tarihe göre yeniden sıralanmasını sağlar.

3) Facet / Filtre Seti Standartları (Minimum Gerekli Liste)

Kullanıcı deneyimini (UX) iyileştirmek için arama sonuç sayfasında listelenecek dikey filtre yapıları:

- **Otel Konseptli Yapılar İçin Filtreler:** Destinasyon, konsept türü, (Varsayım: Kullanıcı deneyimi için) fiyat aralığı/bandı.
- **B2B Konseptli Yapılar İçin Filtreler:** İlgili sektör, sunulan hizmet tipi, içerik formatı/türü (makale, infografik, case vb.).

4) Sıralama (Sort), Arama Ağırlığı (Boost) ve Eş anlamlılar

Sonuçların listelenme önceliklerini ve dil eşleşme mantığını belirleyen kurallar:

- **Sıralama Seçenekleri (Sort):** Alaka düzeyine göre sıralama (**relevance**), en yeni içerik sıralaması (**newest**).
- **Önceliklendirme (Boost Rules):** İşletme için kritik öneme sahip olan birincil içerik türleri (Örn: Oda kartları veya ana B2B hizmet sayfaları) arama sonuçlarında yukarıda listelenecek şekilde desteklenir (boost edilir).
- **Eş Anlamlı Kelime Sözlüğü (Synonyms):** (Varsayım: Kullanıcının yanlış veya alternatif yazımlarında doğru sonuca ulaşması için)

5) Gerçek Zamanlı Index Güncelleme Mimarisi

CMS üzerinde yeni bir içerik yayınlandığında veya güncellendiğinde indeksin yenilenme yöntemi:

- **Tetikleyici Etkinlik Türü (Publish Event):** [] Webhook (Anlık veri gönderimi) | [] Batch Job (Zamanlanmış toplu işlem paketi)
- **Hizmet Seviyesi Taahhüdü (SLA):** Yeni içeriğin aramada görünebilmesi için maksimum kabul edilebilir süre ____ dakika.

6) Arama Logları ve Veri Geri Besleme Metrikleri

İçerik stratejisini beslemek ve kullanıcıların bulamadığı boşlukları kapatmak için takip edilecek veri alanları:

- **Top Queries:** Sitede en çok aratılan anahtar kelimelerin analizi ve popüler içerik eğilimleri.
- **Zero Results (Sonuçsuz Aramalar):** Kullanıcıların arattığı ancak sitede karşılığı bulunmayan, içerik üretim planına eklenecek açık alanlar.
- **Arama Sonrası Tıklama (Search Click-Through):** Arama sonuç listesindeki hangi sonuçların kullanıcı niyetini tam karşıladığının tespiti.
- **Arama Sonrası Dönüşüm (Conversion):** Arama yapan kullanıcıların GA4 etkinlik standartları (event) üzerinden dönüşüm hunisindeki tam tam takibi.

7) Nasıl Uygulanır? (5 Operasyonel Kural)

1. **Sonuçsuz Arama Listesini (Zero Results) Haftalık İnceleyin:** Arama loglarında en çok aratılan ancak "0 sonuç" dönen kelimeleri düzenli olarak içerik ve SEO ekiplerine raporlayın. Bu kelimeler, hedef kitlenizin sitenizde neyi arayıp bulamadığını gösteren en net içerik üretim fırsatlarıdır.
2. **Kritik Dönüşüm Sayfalarını Her Zaman Üstte Tutun (Boost):** Kullanıcı genel bir kelime arattığında, blog yazılarından ziyade doğrudan satışa veya aksiyona yönelik oda tanıtım ya da hizmet sayfalarının üst sıralarda çıkmasını sağlamak için arama motoru algoritmasında ilgili content type'lara ekstra ağırlık skoru (boost) tanımlayın.
3. **Facet Filtre Adetlerini Mobil Ekranlara Göre Sınırlandırın:** Arama sonuç sayfasında sol menüde yer alacak filtreleri (facet setleri) belirlerken minimum ve en gerekli olanları seçin. Mobilde ekran alanını daraltmamak adına filtre panellerinin kolayca katlanabilir ve temizlenebilir yapıda tasarlanmasını sağlayın.
4. **Anlık Webhook SLA Sürelerini İzleyin:** Özellikle acil fiyat güncellemeleri, erken rezervasyon dönem değişiklikleri veya B2B tarafındaki kritik kampanya duyuruları için batch job yerine anlık webhook tetikleyicileri kullanın. CMS'te "Yayınla" dendiği andan itibaren indeksin güncellenme süresini ölçün.
5. **Arama Sonrası GA4 İzleme Parametrelerini Doğrulayın:** Kullanıcının site içi aramayı kullanmasıyla tetiklenen GA4 etkinliklerinin, hangi kelimedenden sonra hangi forma veya rezervasyon sayfasına gittiğini izlemek adına arama sorgu parametrelerini (?s=, ?q=) analitik araçlarla eksiksiz eşleştirin.

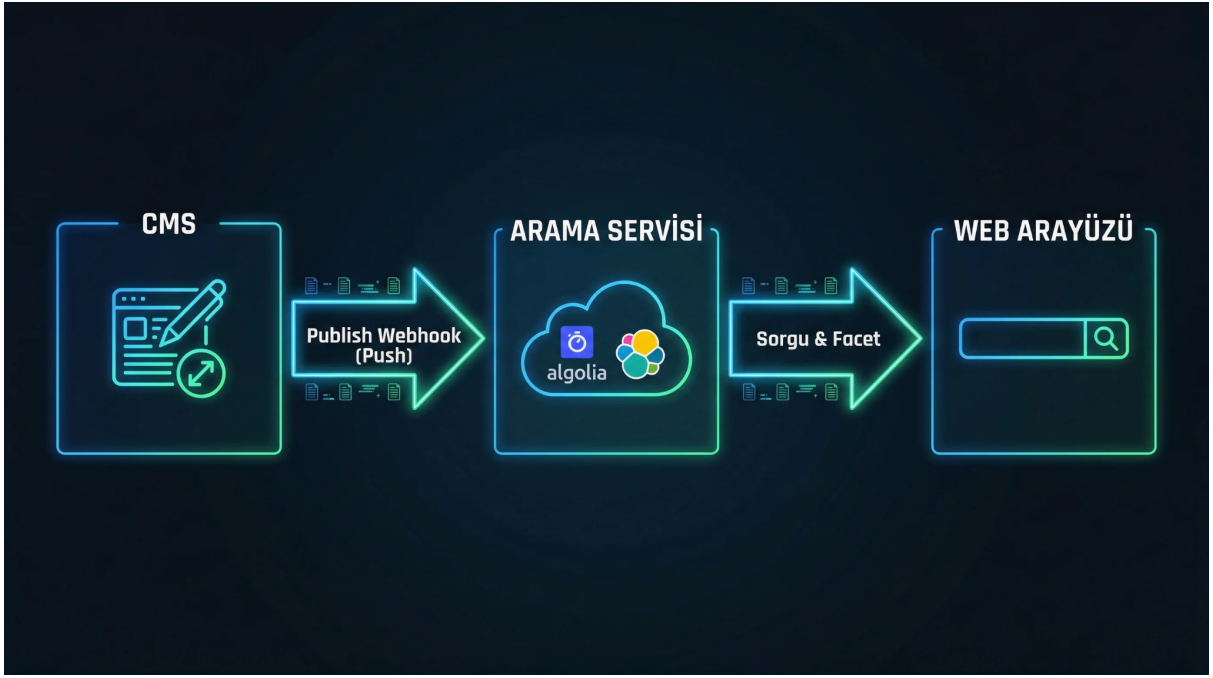
Deliverables (Teslim Edilecek Çıktılar)

- **Field Mapping Dokümanı:** CMS alanları ile arama altyapısı (Elasticsearch, Algolia veya özel veritabanı şeması) arasındaki veri köprüsünü kuran teknik eşleştirme tablosu.
- **Facet Tasarım Seti:** Kullanıcıların arama sonuçlarını daraltırken kullanacakları sektörel/konsept bazlı filtre bileşenlerinin arayüz ve mimari planı.
- **Arama UX Önerileri Kılavuzu:** Arama çubuğunun konumlandırılması, otomatik tamamlama (autocomplete), popüler aramalar ve sonuç sayfalarının kullanıcı deneyimi standartları dokümanı.
- **Log Geri Besleme Planı (365 Gün Döngüsü):** Yıl boyunca her ay arama loglarının nasıl toplanacağını, hangi ekipler tarafından analiz edilip yeni içerik takvimine nasıl dönüştürüleceğini tanımlayan operasyonel yönetim planı.



[Checklist / Framework Card]

Teknik liderler ve UX tasarımcılarının site içi arama motoru mimarisini planlamaları için tasarlanmış, 1200x1200px kare formatında yüksek çözünürlüklü bir arama deneyimi checklist kartı. Koyu antrasit ve gece siyahı tonlarındaki modern teknolojik zemin üzerinde, canlı elektrik mavisi ve derin mor renkte arama altyapısı bölmeleri yer alıyor. Kartın üzerinde; "İçerik Tipi Arama Kapsamı", "Field Mapping Doğrulaması", "Dinamik Facet Filtre Setleri" ve "Real-Time Webhook SLA Kontrolü" gibi teknik adımlar, yanlarında parlayan neon yeşili doğrulama ikonları barındıran son derece temiz, scannable ve kurumsal bir kontrol listesi tasarımıyla sergileniyor.



[Diagram / Flow]

CMS üzerinde üretilen veya güncellenen bir içeriğin, arama motoru indeksine anlık olarak aktarılmasını ve kullanıcı arama sorgularıyla eşleşme döngüsünü açıklayan, 1920x1080px Full HD çözünürlükte teknik bir veri entegrasyon ve akış diyagramı. Gece siyahı minimalist bir zemin üzerinde, en solda bulunan "CMS İçerik Yönetim Arayüzü (Yayınlama Etkinliği)" kutusu, ortadaki "Real-Time Webhook / API Entegrasyon Katmanı" bulutuna mavi bir veri akış çizgisiyle bağlanıyor. Buradan sağa doğru esneyen hat, veriyi "Arama Motoru İndeksi (Field Mapping: Title, Summary, Facets)" sunucusuna işleyerek, en sağda arama yapan bir kullanıcının ekranına sonuçların "Boost & Relevance" kurallarıyla nasıl süzülerek aktarıldığını mor ve altın sarısı oklarla "clarity at a glance" felsefesiyle görselleştiriyor.