

# SMM Veri Kalitesi & İzleme Hijyeni Checklist — SMM / Data Quality (v1.0)

**Asset Amaç:** Bu kontrol listesi, sosyal medya performans raporlarını analiz edip yorumlamadan önce GA4 kanal eşleştirmelerini, UTM standartlarını, iç ofis/bot filtrelerini ve piksel/etkinlik tag sağlığını hızlıca doğrulamanızı sağlar. Yanlış pozitif veya yanlış negatif analitik alarmları azaltarak strateji ekiplerinin hatalı kararlar almasını engeller; izleme altyapısındaki teknik değişiklikleri bir değişim günlüğü (changelog) ile kayıt altına alarak geçmişe dönük trend analizlerinin bozulmasını önler. Ek olarak, 14 günlük entegrasyon sprint planı ile tespit edilen en kritik ölçüm ve sinyal kayıplarını kalıcı olarak düzeltmeye odaklanır.

**Kim Kullanır?:** GA4, Meta Business Suite, TikTok Ads Manager ve LinkedIn Campaign Manager panelleriyle eş zamanlı çalışan otel ve B2B pazarlama ekipleri ile dijital ajans analistleri.

## Nasıl Kullanılır?

- Her aylık veya dönemlik performans raporlama sürecinden hemen önce bu teknik kontrol listesini doldurmaya 10–15 dakikanızı ayırın.
- Kontrol listesinde kırmızı alarm veren (olumsuz sonuçlanan) bulguları "kritik hata" olarak etiketleyin ve acil sprint iş listesine (backlog) dahil edin.
- 14 günlük planlı sprint dahilinde kanal mapping, UTM hataları ve kırık event yapılandırmalarını teknik olarak düzelterip sistemleri yeniden test edin.

## TEMPLATE — SMM Veri Kalitesi & İzleme Hijyeni (Boş Şablon)

### A) Ölçüm & Önceliklendirme Kontrol Listesi (Checklist)

*Veri doğruluğunu garanti altına almak için rapor öncesi işletilmesi zorunlu teknik adımlar:*

- GA4 Özel Kanal Gruplaması:** **organic\_social** ve **paid\_social** trafik kanalları, GA4 Custom Channel Grouping kuralları altında birbirinden doğru ve izole şekilde ayrışıyor mu?
- UTM Medium Sözlüğü:** Reklam mecralarında ve linklerde kullanılan **utm\_medium** parametreleri (**paid\_social** / **organic\_social**) tüm platformlarda harfi harfine sabitlendi mi?
- Kampanya Adlandırma Standardı:** Ajans ve marka genelinde karmaşayı önleyecek, tek bir format kurallarına bağlı kampanya isimlendirme (campaign naming) mimarisi aktif mi?
- Sinyal ve Kaynak Kaybı Kontrolü:** Sosyal medyadan gelen kullanıcı trafiğinin teknik olarak **direct** veya **referral** (yönlendirme) kanalları altında haksız yere birikmesi sorunu var mı?
- GTM Smoke Testi:** Google Tag Manager üzerinde yapılan son kod, piksel veya tetikleyici (trigger) güncellemelerinin ardından temel etkinlik smoke testleri başarıyla gerçekleştirildi mi?

- [ ] **Dönüşüm Odaklı Event Sağlığı:** En kritik iş hedefleri olan lead formları, doğrudan rezervasyon butonları veya satış tamamlama event'leri GA4 üzerinde eksiksiz tetikleniyor mu?
- [ ] **Çift Sayım (Duplicate) Denetimi:** Sayfa üzerinde mükerrer veri basılmasına yol açan çift tag kullanımı veya aynı tetikleyiciye bağlı iki farklı event kaydı kontrol edilerek temizlendi mi?
- [ ] **Dahili Ofis Filtreleri:** Ajans çalışanlarının, otel personelinin veya şirket içi ekiplerin site ziyaretlerini veriden ayıklayan IP ve internal traffic filtreleri aktif olarak çalışıyor mu?
- [ ] **Bot & Spam Sinyal Tespiti:** Veri setinde anormal bot/spam şüphesi yaratan hareketler (oturum sayısının aniden fırlaması (**sessions** ↑) fakat etkileşimli oturumların (**engaged sessions**) sabit kalması durumu) mevcut mu?
- [ ] **Çevrimdışı Dönüşüm Proxy İzlemesi (Varsayım):** Dijital reklamların sahadaki etkisini ölçümleyen telefon araması tıklamaları (**tel:**) veya WhatsApp yönlendirme event'leri (**click\_to\_whatsapp**) eksiksiz takip ediliyor mu?
- [ ] **Merkezi Kayıt Günlüğü (Changelog):** Ölçüm altyapısında, piksellerde veya GTM üzerinde yapılan tüm teknik değişiklikler tarih ve açıklama bazlı bir değişim günlüğü (changelog) ile kayıt altında tutuluyor mu?
- [ ] **Rapor Giriş Standardı:** Hazırlanan tüm performans dashboard'ları, verinin o anki güvenilirlik oranını açıkça beyan eden bir "Data Quality Status" (Veri Kalite Durumu) kutucuğu ile açılıyor mu?

#### B) Problem → Kök Neden → Çözüm Matrisi

Raporlama sırasında en sık karşılaşılan teknik veri bozulmaları, arkalarında yatan nedenler ve düzeltme yolları:

Problem (image_d58257.png)	Kök Neden	Çözüm
<b>Social trafik direct'te</b>	UTM eksik/yanlış	UTM standardizasyonu + GA4 özel kanal gruplama (mapping) düzeltilmesi
<b>Conversion sıfırlandı</b>	Event kırıldı	GTM preview mod testi + event tetikleyici kurallarının (restore) onarılması
<b>Sessions spike ama engaged yok</b>	Bot/spam	Filtrelerin güncellenmesi + yönlendiren (referrer) spam alan adlarının hariç tutulması
_____	_____	_____

### C) 14 Günlük Teknik Veri Hijyeni Sprint Planı

Tespit edilen kritik ölçüm hatalarını sırasıyla ortadan kaldıracak iki haftalık teknik operasyon takvimi:

- **Gün 1–2: Mevcut Mapping & UTM Audit Süreci**
  - Canlıda olan tüm mecraların link kurguları ve GA4 kanal eşleştirmeleri incelenir, veri kaybına yol açan en kritik 3 yapısal hata seçilerek backlog'a alınır.
- **Gün 3–4: UTM Sözlüğü Güncellemesi & İsimlendirme Şablonu**
  - Sabit `utm_source` ve `utm_medium` parametrelerini içeren resmi UTM sözlüğü yayınlanır; yeni açılacak reklamlar için kampanya adlandırma kuralları zorunlu kılınır.
- **Gün 5–7: GTM Event Testleri & Dönüşüm Doğrulama**
  - Google Tag Manager paneline girilerek kırık veya eksik tetikleyiciler onarılır. Form ve rezervasyon dönüşüm etkinliklerinin GA4'e doğru veri gönderdiği preview modda test edilir.
- **Gün 8–10: Internal/Bot Filtreleri & Referral Spam Temizliği**
  - Kurumsal ofis IP adresleri sistemden hariç tutulur. Analitik panelleri kirleten yabancı bot sitelerinin yönlendirme trafiği (referral spam) GA4 yönetim ekranından engellenir.
- **Gün 11–12: Çevrimdışı Proxy Etkinliklerinin (Tel / WhatsApp) Eklenmesi (Varsayım)**
  - Web sitesi üzerinde yer alan doğrudan iletişim kanalları (click to chat/call) için GTM üzerinde yeni event'ler kurgulanarak kullanıcı yolculuğunun görünmeyen kısımları ölçümlenir.
- **Gün 13–14: Yeniden Test (Retest) → Changelog Güncellemesi → Rapor Entegrasyonu**
  - Yapılan tüm teknik iyileştirmeler son bir kez daha test edilir; adımlar changelog dökümanına işlenir ve ana raporlama panellerinin üstüne "Data Quality Status: %100 Güvenli" rozeti eklenir.

### D) Öncesi/Sonrası KPI Tablosu

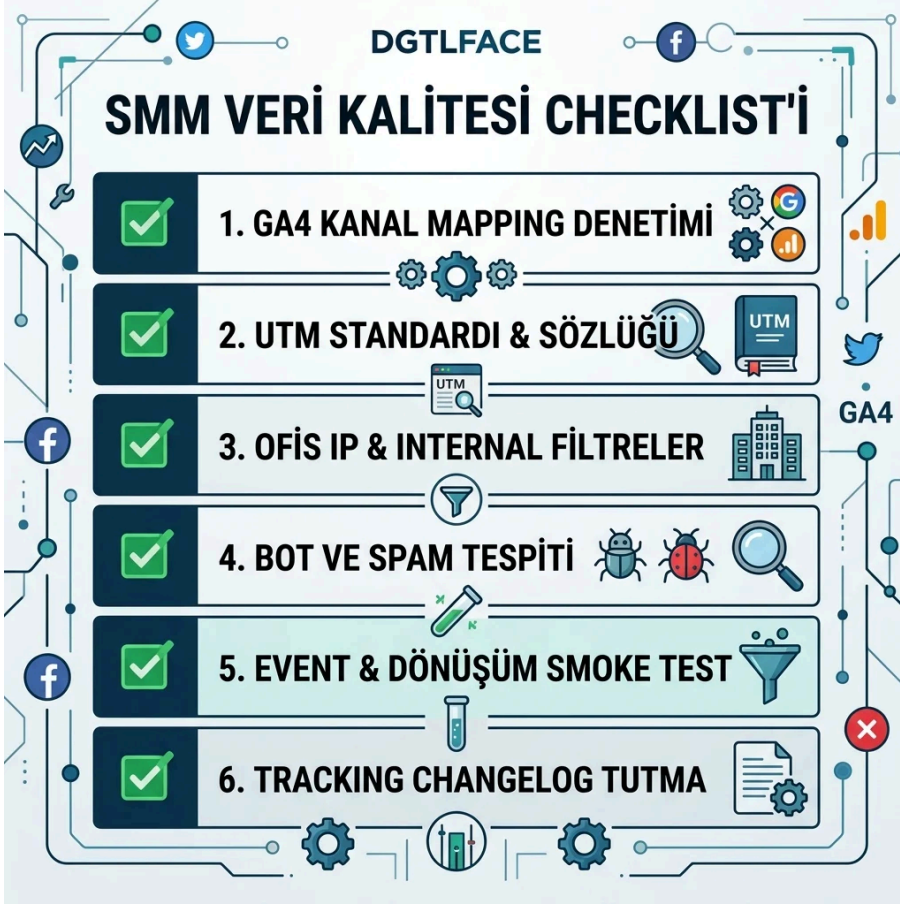
Teknik veri hijyeni sprinti sonrasında analitik panellerdeki veri netliğinin ve kalitesinin durum kontrolü:

Kontrol (image_d5821e.png)	Önc e	Son ra	Not
Channel mapping doğruluğu	— —	— —	————— —————

<b>Conversion event sağlığı</b>	— —	— —	— —
<b>Bot/spam oranı (proxy)</b>	— —	— —	— —
— —	— —	— —	— —

### **Deliverables (Teslim Edilecek ıktılar)**

- Platformlar Arası Link Karmaşasını Bitiren 1 Adet Ortak UTM Sözlüğü + Campaign Naming Standardı Kılavuzu
- Trafiğin Doğru Kategorize Edilmesini Sađlayan 1 Adet Canlı GA4 Custom Channel Mapping Dokümanı
- Dönüşüm Kodlarının alışma Durumunu Gösteren 1 Adet GTM Event Smoke Test ve Doğrulama Raporu
- Geçmiş Analizlerin Sapmasını Engelleyen 1 Adet Teknik İzleme Değişiklik Günlüğü (Changelog) Şablonu

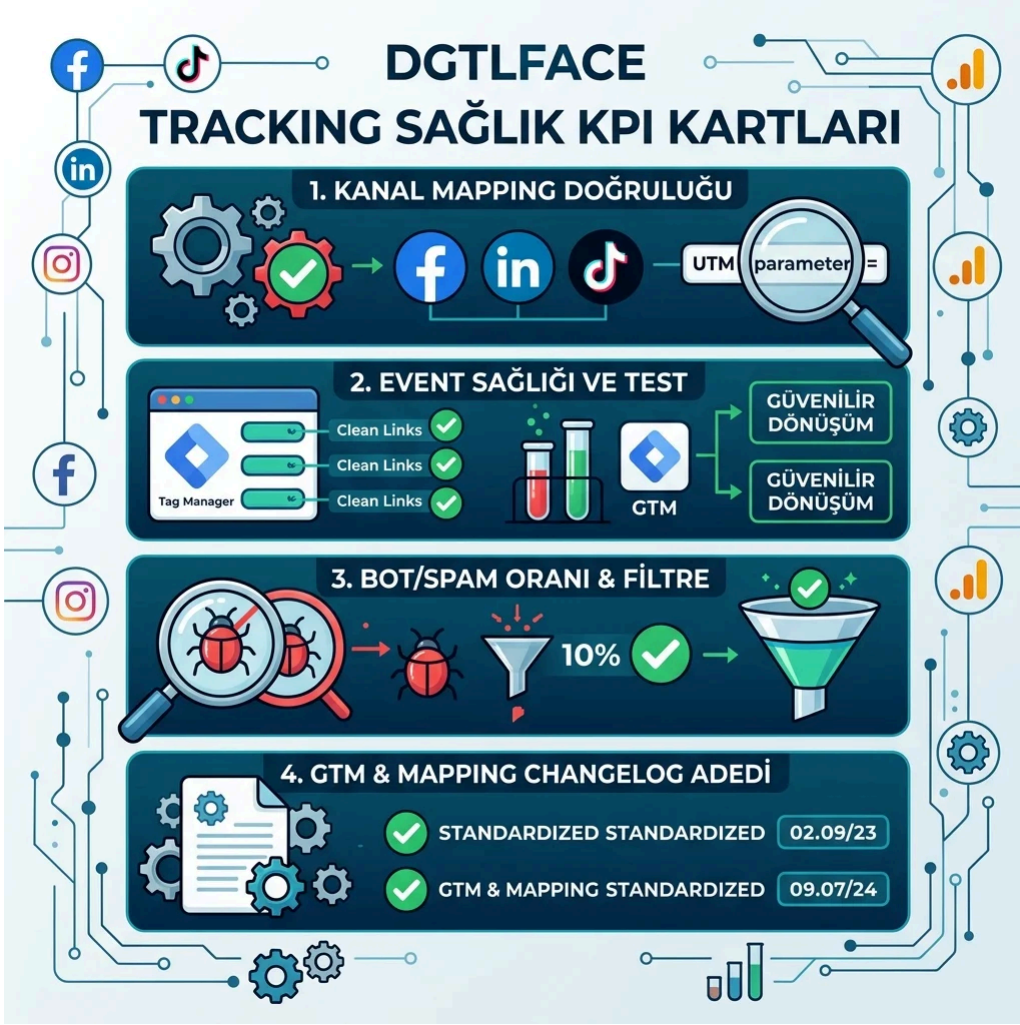


### [Checklist Card]

Analistlerin ve performans uzmanlarının her raporlama öncesinde masaüstünde açıp kullanabileceği, minimalist mat siyah temalı kurumsal bir dijital infografik kart tasarımı. Kartın üzerinde "GA4 Channel Grouping", "UTM Medium Registry", "Bot/Spam Filtering" ve "Event Smoke Test" maddeleri alt alta listelenmiş olup; yanlarında teknik doğrulamanın tamamlandığını gösteren parlayan neon yeşil check işaretleri ve doldurulabilir kare alanlar 1:1 oranında temiz bir scannable grid düzeniyle sergilenmektedir.

### [Diagram]

Sosyal medya reklamlarından web sitesine gelen bir kullanıcının izleme altyapısındaki eksiklikler nedeniyle veride nasıl kaybolduğunu anlatan 16:9 formatında teknik bir akış şeması diyagramı. Akış; "Kullanıcı Reklama Tıklar" adımıyla başlıyor, ardından "Eksik UTM Parametresi" kavşağına uğruyor ve süreç ikiye bölünüyor: Üst koldaki hatalı akış trafiğin kör bir şekilde "Direct / Unassigned" havuzuna düşüp kaybolduğunu kırmızı oklarla gösterirken; alt koldaki düzeltilmiş ideal akış ise "UTM Standardı + GA4 Özel Mapping" süzgecinden geçerek verinin "Paid Social" kanalına başarıyla yazıldığını yeşil ve güvenli çizgilerle modelliyor.



[KPI Card]

Sanal bir analitik izleme panelinden alınmış, veri mühendislerinin sistem sağlığını izlemesini kolaylaştıran modern bir 1:1 kare widget tasarımı. Koyu renk arka plan üzerinde, sitenin en kritik dönüşüm noktaları olan "Lead Form Event", "Reservation Click" ve "WhatsApp Redirection" etkinliklerinin anlık sinyal kalitelerini "%99.4 Data Match Rate" ve "Status: Active" gibi yeşil parlayan metinlerle, yanlarında ise pürüzsüz ve dalgasız çalışan sistem sinyal çizgileriyle (heartbeat/pulse wave) sunan arayüz illüstrasyonu.