

# Sosyal Medya Benchmark & Fırsat Alanları Tablo Şablonunu İndir — Benchmark Map (v1.0)

**Asset Amacı:** Bu şablon, rakip ve referans markaları frekans–format–tema–UGC/proof–etkileşim kalitesi gibi çoklu sinyallerle kıyaslayıp pazar standardını netleştirmeniz için hazırlanmıştır. Ardından gap'leri “standart / fırsat / farklılaşma” kategorilerine ayırarak 30–90 günlük aksiyon planına dönüştürür. Suni etkileşim riskine karşı çoklu sinyal kontrol alanları içerir.

**Kim Kullanır?:** Yoğun rekabetli otel, restoran ve B2B sektörlerinde stratejisini veriyle güncellemek isteyen ekipler ve ajanslar.

## Nasıl Kullanılır?

- Sektörünüzden 3–5 doğrudan rakip ile vizyonel açıdan beslenebileceğiniz 2–3 referans marka seçip aynı zaman aralığını kapsayan verileri toplayın.
- Topladığınız ham verileri matrise işleyerek pazar standardını analiz edin ve pazar boşluklarını (gap) ortaya çıkarın.
- Tespit edilen gap'leri somut stratejik aksiyonlara dönüştürerek içerik takviminizde 30–90 günlük uygulama slotları açın.

## TEMPLATE – Benchmark + Gap → Aksiyon (Boş Şablon)

### A) Benchmark Tablosu

10.06.2026 itibarıyla pazar analizlerinizde yapay bot veya şişirilmiş beğeni hareketlerini saptamak üzere çoklu sinyal kontrolü sağlayan veri matrisi, eklerinizdeki **image\_d33c75.png** görselinde olduğu gibi yapılandırılmıştır:

Marka	Tip	Frekans /hafta	Format oranı	Tema (top 5)	Proof/U GC	Etkileşim kalitesi	Yanıt hızı	“Sunî etkileşim” şüphesi (E/H)	Not
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...

### B) Pazar Standardı Özeti (Çıktı Raporu)

- Frekans Standardı:** [...] (Rakiplerin haftalık ortalama paylaşım, Reels ve Story basma sıklığı dinamikleri)
- Format Standardı:** [...] (Pazarda baskın olan video, carousel veya tek görsel kullanım dağılım oranları)
- Tema Standardı:** [...] (Sektör genelinde en çok tüketilen ve organik etkileşim alan ilk 5 ana içerik sütunu)
- Proof Standardı:** [...] (Sosyal kanıtlara, gerçek misafir/müşteri yorumlarına ve UGC içeriklerine ayrılan pay)

### C) Gap & Fırsat Haritası

Analizlerden elde edilen boşlukları önceliklendirmek ve etki matrisine oturtmak amacıyla eklerinizdeki **image\_d33c37.png** dosyasında sunulan stratejik harita yapısı kullanılmaktadır:

Gap	Kategori (standart/fırsat/farklılaşma)	Etki	Zorluk	30 gün aksiyon	90 gün hedef	KPI
...	...	...	...	...	...	...

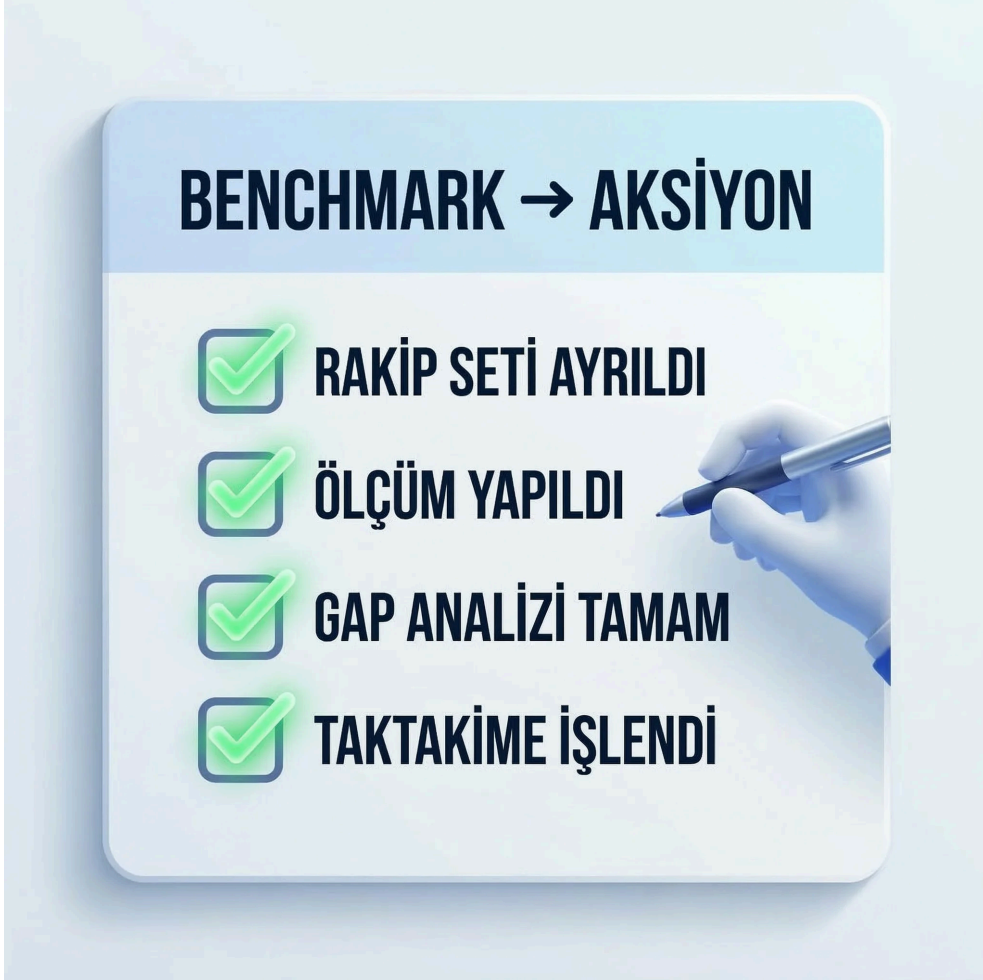
### D) Benchmark --> Aksiyon Kontrol Listesi

- [ ] Analiz doğruluğunu artırmak için doğrudan pazar rakipleri ile vizyoner referans marka setleri birbirinden net çizgilerle ayrıldı.
- [ ] Sezonluk dalgalanmalardan etkilenmemek adına tüm markaların performans ölçümleri tamamen aynı zaman aralığı baz alınarak yapıldı.
- [ ] Sadece tek bir metriğe bağlı kalmamak için frekans, format, tema ve sosyal kanıt (proof) kısımları birlikte bütünsel olarak okundu.
- [ ] Satın alınmış suni etkileşim yanılsamalarına düşmemek adına beğeni/yorum oranları ve yorum kalitesi gibi çoklu sinyaller çapraz kontrol edildi.
- [ ] Operasyonel odak kaybı yaşamamak adına harita üzerinden en yüksek etkiyi yaratacak 3 öncelikli gap alanı seçildi.
- [ ] Belirlenen pazar fırsatları ve iyileştirme aksiyonları 30–90 günlük planlar dahilinde içerik takvimine resmi olarak işlendi.
- [ ] Takvime eklenen yeni içerik slotları için net performans KPI'ları ve in-house veya ajans tarafında net görev sorumluları atandı.



## [Radar/Isı Haritası Görsele] — Fırsat Alanlarını İşaretleyen Radar/Heatmap

*Rakiplerin ve markanızın frekans, etkileşim kalitesi, yanıt hızı ve proof gibi ana parametrelerdeki performans gücünü görselleştiren, pazarın zayıf ve güçlü boşluklarını (hot/cold spots) tek bakışta ortaya koyan entegre ısı haritası grafiği*



## [Checklist Card] — Benchmark --> Aksiyon Checklist Kartı

*Ajans ve marka ekiplerinin katıldığı stratejik planlama, çeyrek dönem (Q) gözden geçirme veya yeni kampanya kreatif kurgu toplantılarında, pazar dinamiklerinden kopmamak adına masada bulundurulabilecek şık ve scannable kontrol kartı tasarımı*