

SOV & Rakip Karşılaştırmalı Sosyal Medya Dashboard Şablonu — SMM / SOV Benchmark (v1.0)

Asset Amaç: Bu şablon, markanızın ses payını (SOV - Share of Voice; mention, reach ve engagement kırılımlarında) rakiplerinizden oluşan ortak bir küme içinde anlık olarak ölçüp trafik, lead ve doğrudan rezervasyon trendleriyle aynı ekran üzerinde korelasyonel olarak okumanızı sağlar. Doğru rakip seti seçimi, dil/kanal bazlı veri kapsamı notları ve "SOV artışı \$neq\$ pazar payı artışı" gibi teknik guardrail (koruyucu kural) uyarıları sayesinde strateji ekiplerinin yanlış analitik yorumlar yapmasını engeller. Otel/turizm ve B2B markaları için rol bazlı (yönetici özeti veya analist derinlemesine bakışı) görünümleri kolayca türetilebilecek esnek bir mimariye sahiptir.

Kim Kullanır?: Türkiye genelinde rekabetin üst seviyede olduğu otel/turizm, hızlı tüketim mamulleri (FMCG) ve B2B sektörlerinde faaliyet gösteren markaların pazarlama yöneticileri, kurumsal iletişim ekipleri ve performans ajansları.

Nasıl Kullanılır?

1. Markanızla aynı segmentte yer alan, pazar veya kanal ağırlığı dengeli 5–8 arası ana rakip markayı belirleyerek sisteme tanımlayın ve etiketleyin.
2. Sosyal dinleme veya analitik araçlarınızdan gelen mention, reach ve engagement bazlı SOV türlerini hesaplayarak dashboard üzerindeki zaman tüneline (timeline) işleyin.
3. SOV trend çizginizi web sitesi trafiği, lead hacmi veya rezervasyon dönüşüm grafikleriyle yan yana koyarak, ses payı yükselişlerinin ticari sonuçlara etkisini analiz edin ve aksiyon planı çıkarın.

TEMPLATE — SOV & Rakip Karşılaştırmalı Analiz Matrisi (Boş Şablon)

A) Rakip Seti Tanımı & Segmentasyon

Doğru bir kıyaslama analizi yapabilmek adına pazar sınırlarının kilitlendiği alan:

- **Hedef Pazar / Segment:** _____
- **Belirlenen Rakip Seti (5–8 Marka):**

- **Teknik Not ve Kampanya Dönemleri:**

B) Veri Kapsamı & Sınırlandırma Notları (Zorunlu)

Verinin hangi kanallardan toplandığını ve analizin teknik kısıtlarını şeffağça beyan eden alan:

- **Kullanılan Sosyal Dinleme (Social Listening) Aracı (Varsayım):**

• **Kapsama Dahil Edilen Dijital Kanallar:**

• **Takip Edilen Dil Kapsamı:** _____

• **Veri Kısıtı / Analiz Boşlukları:**

C) SOV KPI Seti Mimarisi

Markaların sosyal mecralardaki hacimsel ağırlıklarının ve oransal ses paylarının hesaplama tablosu:

Marka (image_499280.png)	Mention	Reach	Engagement	Mention SOV	Reach SOV	Eng. SOV
Siz	_____	_____	_____	_____%	_____%	_____%
Rakip-1	_____	_____	_____	_____%	_____%	_____%
_____	_____	_____	_____	_____%	_____%	_____%

D) SOV + Ticari Sonuç Matrisi

Ses payındaki dalgalanmaların doğrudan şirket performans verileriyle eş zamanlı takibi:

Dönem (image_499280.png)	Mention SOV	Eng. SOV	Trafik	Lead / Rez (Varsayım)	Sentiment Notu
_____	_____%	_____%	_____	_____	_____
_____	_____%	_____%	_____	_____	_____
_____	_____%	_____%	_____	_____	_____

E) Guardrail Kontrolleri (Doğrulama Adımları)

Yanlış kararları engellemek adına analistin raporu kapatmadan önce yanıtlaması gereken teknik sorular:

- **SOV artışı negatif kökenli mi?:** Mecralardaki konuşulma (mention) hacmimiz artarken duygu analizi (sentiment) veya içerik temaları olumsuz mu ilerliyor? (Örn: Kriz durumları) \rightarrow _____
- **Anlık kampanya veya PR olayı var mı?:** Zaman tünelineki ani SOV sıçramaları tek seferlik bir sponsorluk veya PR krizinden mi kaynaklanıyor? \rightarrow _____
- **Ticari sonuç KPI'larında eş zamanlı artış var mı?:** Ses payımızın yükseldiği dönemlerde site trafiği, form veya rezervasyon eğrileri yukarı yönlü hareket etti mi? \rightarrow _____
- **Veri kapsamı bu dönem değişti mi?:** Takip edilen dil ayarlarına yeni bir ülke veya kanallara yeni bir mecra eklendi mi? \rightarrow _____

F) 30 Günlük Stratejik Aksiyon Planı

Rakip analizinden elde edilen pazar içgörülerinin operasyona aktarılma planı:

- **Aksiyon 1 (İçerik ve Kreatif Hamlesi):**

(Aksiyon Sahibi: _____ | Termin Tarihi: _____)
- **Aksiyon 2 (Paid / Dağıtım ve Bütçe Optimizasyonu - Varsayım):**

(Aksiyon Sahibi: _____ | Termin Tarihi: _____)
- **Aksiyon 3 (SEO / PR ve Sinerji Yönetimi - Varsayım):**

(Aksiyon Sahibi: _____ | Termin Tarihi: _____)

Teknik Kontrol Listesi (Checklist)

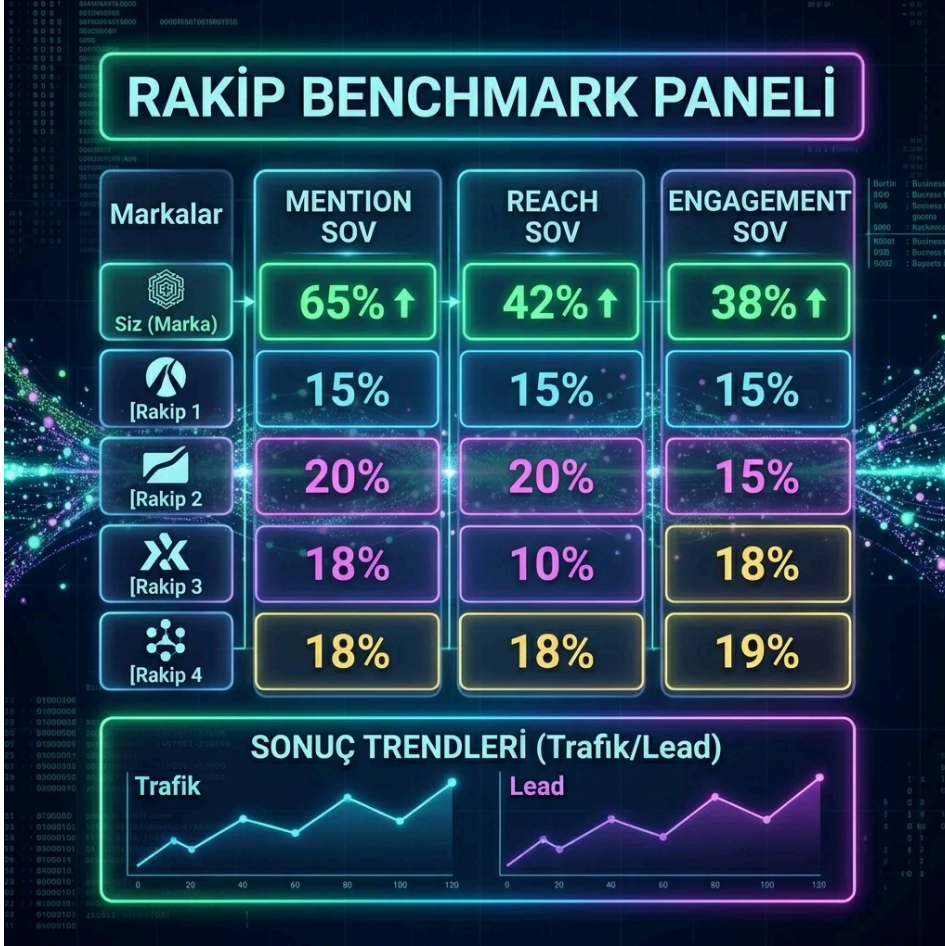
- [] **Dengeli Rakip Kümesi:** Dashboard'a dahil edilen rakiplerin benzer bütçe segmentinde veya doğrudan pazar payı rekabetinde olduğu teyit edildi.
- [] **Veri Tanımı Netliği:** Mention, reach ve engagement verilerinin hangi araçtan, hangi zaman aralığında çekildiği dashboard başlığına eklendi.
- [] **Sentiment Ayırımı:** SOV artışlarının sadece hacimsel olmadığı, olumlu/olumsuz duygu analizi süzgecinden geçirildiği doğrulandı.
- [] **Ticari Entegrasyon:** Markanın kendi iç verileri olan site trafiği ve lead dönüşüm metriklerinin SOV tablosuyla aynı tarih bazlı kırılımda akması sağlandı.

Deliverables (Teslim Edilecek Çıktılar)

- Zaman Tüneli ve Rakip Filtrelerine Sahip 1 Adet Canlı SOV Analiz Dashboard Ekranı
- Ses Payı ile Ticari Dönüşüm Metriklerini Tek Ekranda Birleştiren 1 Adet SOV + Sonuç Özet Tablosu
- Pazardaki Sıçramaları ve Olay Notlarını İçeren 1 Adet 30 Günlük Stratejik Aksiyon Planı Dokümanı

[SOV Chart Mockup] — 16:9 — marka-vs-rakip-sov-yuzdeleri.webp

Rapor sunumlarında pazar hakimiyetini görselleştirmek adına tasarlanmış, 16:9 formatında modern bir pasta (donut) ve %100 yığılmış (stacked bar) grafik arayüz mockup'ı. Mat koyu arka plan üzerinde, markanızın ses payı canlı bir elektrik mavisiyle vurgulanırken, rakip setindeki 5 farklı marka pastel ve gri tonlarla arkaya itilmiştir. Fare imleciyle üzerine gelindiğinde anlık "Our Brand: %34.2 SOV" baloncuğunun (tooltip) açıldığı, scannable ve kurumsal kimliğe uygun temiz bir pazar payı illüstrasyonu.



[Side-by-Side Trend]

Ses payı ile ticari başarı arasındaki doğrudan bağı kanıtlamak için kurgulanmış, yan yana iki bağımsız grafikten oluşan 16:9 formatında analitik dashboard görseli. Soldaki grafikte son 6 aya ait "Mention & Engagement SOV" çizgi trendleri dalgalanırken; sağdaki grafik birebir aynı tarih aksı üzerinde web sitesine gelen "Direct/Organic Traffic" ve "CRM Lead Conversion" barlarını gösteriyor. İki grafik arasındaki korelasyon noktaları (örneğin Mart ayındaki SOV patlamasının sağ tarafta lead artışına yol açması) ince yeşil kesikli çizgilerle birbirine bağlanarak "clarity at a glance" ilkesiyle sunuluyor.