

TikTok-First / Instagram-First İçerik Planlama Şablonunu İndir — SMM / Channel-First (v1.0)

Asset Amacı: Bu şablon; TikTok-first ve Instagram-first yaklaşımlarını KPI ve hedef kitleye göre karşılaştırıp "ana sahne" kararını netleştirir. Aynı içeriğin iki platforma platform-native (mecraya özgü) şekilde uyarlanması için hook (çengel), tempo, kapak, caption (açıklama) ve CTA kurallarını tek sayfada standardize eder.

Kim Kullanır?: Turizm/lifestyle ve B2B markalarda sosyal medya yöneten ekipler ve ajans planlama ekipleri.

Nasıl Kullanılır?

- Hedef kitleyi ve ana KPI'yı seçin; verilerden yola çıkarak içeriğin üretileceği "ana sahneyi" (TikTok veya Instagram) belirleyin.
- İçerik bankasını doğrudan "master içerik + adaptasyon içeriği" olarak planlayarak her iki mecranın algoritma dinamiklerine uygun hale getirin.
- Süreci 30 gün boyunca platform bazlı KPI'lar ile ölçün; kazanan modeli büyüterek diğer kanalı optimize edilmiş bir uyarlama kanalı olarak konumlandırın.

Template: Channel-First İçerik Planlama Şablonu

A) Boş Şablon Alanları

1) Stratejik Kurulum (Setup)

- Marka Tipi:** Otel | B2B | Lifestyle
- Hedef KPI Seçimi:** Watch Time | Reach | DM | Kaydetme | Lead
- 30 Günlük Test Dönemi Tarih Aralığı:** _____
- Ana Sahne Adayı:** TikTok | Instagram

2) Kanal Karar Matrisi

- TikTok Güçlü Olduğu Alanlar:** _____ (Örn: Organik keşfet algoritması, viral ses trendleri, ham/samimi içerik tüketimi)
- Instagram Güçlü Olduğu Alanlar:** _____ (Örn: Profil estetiği, DM otomasyonu, kaydetme/paylaşma odaklı bilgi içerikleri)
- Risk / Uyumluluk Notları:** _____

3) İçerik Planı Mimarisi (Master --> Adaptasyon)

- Master İçerik Tipi (Dikey Kısa Video):** _____
- TikTok Adaptasyon Kuralları (Hook / Tempo / Altyazı):** _____
- Instagram Adaptasyon Kuralları (Kapak / Caption / CTA):** _____
- Haftalık Üretilecek İçerik Adedi:** _____

4) Platform Bazlı KPI Takip Paneli

- TikTok Metrikleri:** Watch Time: _____ | Reach: _____ | Shares: _____
- Instagram Metrikleri:** Saves: _____ | Profile Clicks: _____ | DM: _____
- Stratejik Karar (30 Gün Sonunda Ana Sahne Güncellemesi):** _____



[Şablon Mockup] + [Örnek İçerik Adaptasyon Kartı]

TikTok ve Instagram planlama arayüzünü gösteren şablon tasarımı ve tek bir master videonun iki mecraya nasıl bölündüğünü gösteren adaptasyon kartı görseli

B) Nasıl Doldurulur? (5 Altın Kural)

- KPI ve Veriyle Karar Verin:** Kulaktan dolma algoritma spekülasyonlarına veya şehir efsanelerine göre hareket etmeyin; platform önceliğinizi tamamen somut KPI verilerine göre belirleyin.
- Kopyala-Yapıştır Yapmayın:** Aynı video dosyasını hiçbir değişiklik yapmadan iki mecra da birden paylaşmayın; hook, tempo, kapak düzeni ve CTA kurgusunu uyarlamadan yayına almamaya özen gösterin.
- Master ve Adaptasyon Rollerini:** Ana sahne olarak seçtiğiniz platform hangisiyse, ana prodüksiyonu ve kreatif fikri onun kodlarına göre tasarlayın; diğer platformu ise bu içerikten türettiğiniz adaptasyonla besleyin.
- Sektörel Dil Kodlarını Koruyun:** Marka tipine göre içerik dilini ayarlayın; otel/turizm segmentinde destinasyon ve benzersiz deneyim odaklı, B2B segmentinde ise sektörel problem ve kanıt/vaka analizi dilini koruyun.
- 30 Günlük Optimizasyon Döngüsü:** Test süreci olan 30 günün sonunda performans verilerine bakın; öne çıkan platformu bütçe ve kreatif güçle büyütürken, geride kalan platformu minimum eforla optimize edin.

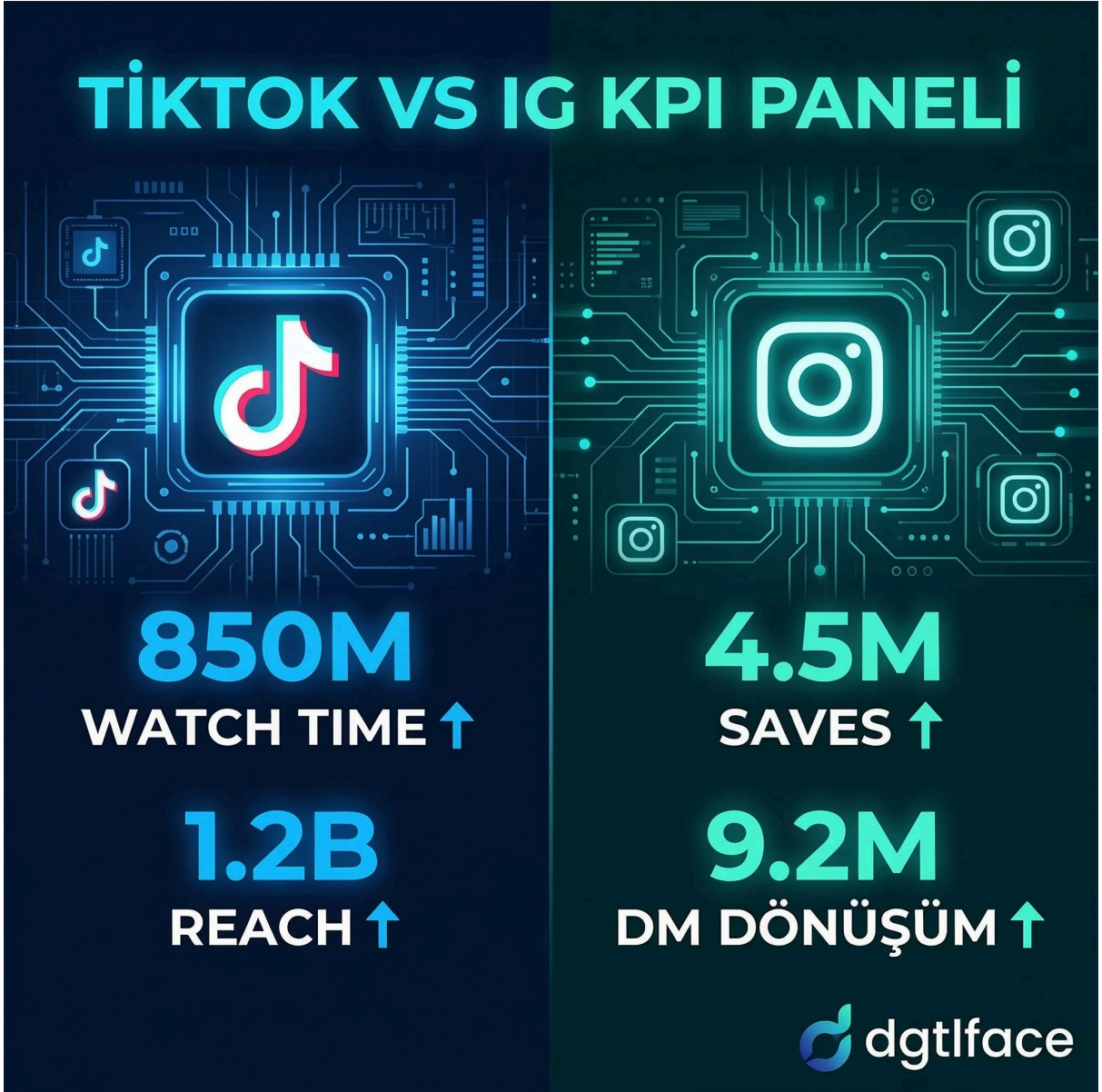
C) Doldurulmuş Örnek Uygulama

- **Hedef KPI:** Watch Time (İzlenme Süresi) + Profil Dönüşümü (DM/Takip)
- **Seçilen Ana Sahne (Master):** TikTok (30 günlük test dönemi için)
- **Instagram Adaptasyon Stratejisi:** TikTok'ta yüksek izlenme alan master videonun Instagram dikeyine taşınması; platform estetiğine uygun kurumsal kapak eklenmesi ve açıklama kısmına "Detaylı bilgi için DM'den yazın" şeklinde bir DM CTA'i yerleştirilmesi.

- **Ölçüm Metodu:** 30 gün boyunca iki mecrada eş zamanlı olarak test edilen 10 adet özgün video içeriği.

D) Stratejik Kontrol Listesi

- Kampanya veya dönemsel iletişim için ana KPI parametresi net olarak seçildi mi?
- Marka kimliği ve hedef kitle davranışları doğrultusunda "Ana Sahne" önceliklendirmesi yapıldı mı?
- Master içerikten adaptasyon içeriklerine geçişteki teknik kurallar (altyazı, kapak, CTA) yazıldı mı?
- KPI raporlama alanları platformların metrik sistemine (TikTok Shares vs. IG Saves) göre doğru ayrıldı mı?
- 30 günlük test periyodu tamamlandığında nihai kanal konumlandırma kararı verilip onaylandı mı?



[TikTok vs IG Karşılaştırma Tablosu] + [Mockup Görselleri]

Mecraların kitle, algoritma ve format kırılımlarını gösteren karşılaştırma tablosu ile planlama şablonunun mobil/masaüstü mockup görselleri

E) Deliverables (Teslim Edilecek Varlıklar)

- Marka hedeflerine en uygun mecraı rasyonel olarak seçmenizi sağlayan Kanal Karar Matrisi
- Tek prodüksiyonla iki mecra da native varlık göstermenizi sağlayan Master Adaptasyon Kuralları Kılavuzu
- 30 günlük test sürecini analiz etmenize yarayan Platform Bazlı KPI Rapor Şablonu