

TR–EN–DE–RU Backlink Kaynak & Priorite Şablonunu İndir — SEO / International (v1.0)

Asset Amacı: Bu şablon; Türkiye, İngiltere/Global, Almanya ve Rusya (TR–EN–DE–RU) hedef pazarlarında arama motoru görünürlüğünü artırmak için kullanılacak uluslararası bağlantı (backlink) kaynaklarını tek bir dinamik matriste toplamak amacıyla tasarlanmıştır. Temel amacı, "sadece global görünsün" ya da "alan adı otoritesi yüksek olsun" diyerek rastgele ve bağlam dışı link edinmek yerine; ilgili pazarın lokal arama alışkanlıklarına, dil bütünlüğüne (hreflang/yerelleştirme) ve ticari iş etkisine göre optimize edilmiş, sürdürülebilir bir uluslararası SEO otoritesi kurmaktır.

Kim Kullanır?: Küresel veya bölgesel ölçekte çok dilli operasyon yürüten otel pazarlama direktörleri, uluslararası B2B büyüme (growth) ekipleri ve global SEO ajansları.

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Hedef Pazarı ve Dil Çapasını Sabitleyin:** İletişim stratejisi yürütülecek pazar segmentini (TR, EN, DE, RU), bu pazarın odaklanacağı spesifik ülkeyi/teklifi ve web sitenizdeki karşılık gelen dil klasörünü (/en/, /de/, /ru/) netleştirin.
- Çok Dilli Kaynak Havuzunu Puanlayın:** Her hedef pazar için en az 20–30 adet yerel yayıncı, niş portal veya sektörel blog belirleyerek şablona işleyin; alaka, otorite, ticari etki ve efor dengesine göre (0-8 puan) skorlayın.
- 90 Günlük Global Outreach Planını Tetikleyin:** Matris analizi sonucunda en yüksek skoru alan ilk 10 öncelikli uluslararası yayını seçin; pazara özel iletişim kancasını (pitch/hook) hazırlayarak 90 günlük takvim doğrultusunda sahaya inin.

B) Template (Boş Şablon Alanları)

1) Pazar Tanımı (Market Brief)

- Hedeflenen Pazar Segmenti:** TR (Türkiye) | EN (Global / UK) | DE (DACH Bölgesi) | RU (BDT Bölgesi)
- Odaklanılan Ülke / Şehir (Varsa):**

- Pazara Sunulan Spesifik Ürün / Konsept / Teklif:**

- Güçlendirilecek Dil Klasörü / Hedef URL'ler:**

- Pazar Bazlı Makro KPI Hedefi:** Yerel Organik Görünürlük Artışı | Nitelikli Referral Trafik | Doğrudan Rezervasyon

2) Çok Dilli Uluslararası Kaynak Havuzu Matrisi

Aşağıdaki satır yapısını her bir yabancı dil yayıncı adayı için kopyalayıp çoğaltarak ana veri tabanınızı (international pipeline) oluşturun:

[Hedef Pazar] : TR EN DE RU

[Yayıncı Kaynak Tipi] : Bölgesel Portal Yerel Medya Seyahat Blogu Podcast Sektörel Partner

[Platform / Site Adı] :

[Kaynak URL Adresi] :

[Yayın Dili (Source)] : _____ (Örn: Almanca / Rusça)

[Neden Uygun? (1 Cüm)]:

[Hedef Sayfa (Target)]:

klasörlü tam URL)

[Pitch / İletişim Hook]:

[Planlanan Anchor Text]: _____ (Anchor Dili: Brand Çıplak URL [Kısmi Eşleşme)

■ ULUSLARARASI STRATEJİK SKORLAMA (0 ile 2 Arası Puanlayın)

↳ Kültürel & Anlamsal Alaka [0: Alakasız | 1: Genel Turizm | 2: Tam Segment

Eşleşmesi]: ____

↳ Bölgesel Arama Otoritesi [0: <50k Trafik | 1: DA 25-45 | 2: DA 45+ Yerel Dominasyon]

: ____

↳ Ticari İş Etkisi (Rezervasyon Gücü) [0: Sadece İndeks | 1: Trafik | 2: Doğrudan Lead]

: ____

↳ Operasyonel Efor Skoru (Ters Orantı) [0: Çok Zor/Bürokratik | 1: Orta | 2: Kolay İletişim] : ____

[TOPLAM STRATEJİK PUAN] : ____ / 8

[AKSİYON ÖNCELİĞİ] : İlk 10 Küresel Hedef | Uluslararası Backlog (Yedek)

[OPERASYONEL ÖZEL NOT] :

3) 90 Günlük Uluslararası PR & Outreach Yol Haritası

● Hafta 1–2 [Hazırlık ve Veri Doğrulama]:

● Hafta 3–4 [İlk Temas Dalgaları ve Pitching]:

● Ay 2 [İçerik Yerelleştirme, Entegrasyon & Takip]:

- **Ay 3 [Canlı Link Denetimi, Sinyal Takibi & KPI Raporlama]:**

Nasıl Doldurulur? (5 Katı Uluslararası SEO Kuralı)

1. **Ticari İş Hedefi Yoksa Bütçe Ayırmayın:** Bir pazarda aktif satış, operasyonel hedef veya özel dikey bir paketiniz yoksa sadece "link profili zengin görünsün" mantığıyla o dilde kaynak edinmeyin. Her bağlantının arkasında ticari bir pazar hedefi bulunmalıdır.
2. **Dil ve Klasör Uyumunu Asla Bozmayın:** En sık yapılan uluslararası SEO hatası, yabancı dildeki bir kaynaktan web sitesinin Türkçe ana sayfasına link vermektir. Dil eşleşmesi tam olmalıdır: Almanya merkezli bir seyahat portalından (DE Source) link alınıyorsa, bu link yalnızca web sitenizin Almanca klasöründeki (/de/ veya /de/alt-sayfa) hedef URL'ye yönlendirilmelidir.
3. **Anchor Text Omurgasını Güvenli Tutun:** Yabancı dilde aşırı optimize edilmiş (exact-match) anahtar kelimelerle link olarak arama motoru filtrelerine (spam) takılmayın. Çapa metin (anchor) kurgusunda marka adınızı (Brand Name), çıplak URL yapısını (Domain URL) veya doğal akıştaki kısmi eşleşmeleri (Partial Match) omurga olarak kullanın.
4. **Kopyala-Yapıştır İletişim Dilinden Kaçının:** Her yabancı yayıncı için "Neden Uygun" sütununa o mecraanın kültürel dokusuna ve hedef kitlesine uygun özgün gerekçeler yazın. Jenerik şablonlarla atılan İngilizce, Almanca veya Rusça e-postaların global ajanslar ve editörler gözünde yanıt oranı sıfıra yakındır.
5. **30 Günde Bir Pazar Bazlı Performans Konsolidasyonu Yapın:** Her ayın sonunda hangi pazarın (Örn: DACH bölgesi seyahat blogları) daha hızlı reaksiyon verdiğini, referral trafik getirdiğini veya yerel sıralamaları tetiklediğini analiz edin; en yüksek ROI getiren pazar tipini ölçekleyin.

Gerçek Hayattan Uygulama Örneği

- **Hedef Pazar / Dil Çapısı:** DE / DACH Bölgesi (Almanya, Avusturya, İsviçre)
- **Yayıncı Kaynak Tipi:** Almanca Yayın Yapan Premium Niş Seyahat & Destinasyon Portalı
- **Hedef URL Eşleşmesi:** Web sitesinin Almanca klasöründeki yerelleştirilmiş sayfa adresi: /de/bodrum-resort-urlaub
- **İletişim Kancası (Pitch/Hook):** Alman turistlerin tatil tercihlerindeki son trendlere dair otel verilerini içeren "Sezon İlgörüsü + Bölgesel Destinasyon Rehberi" ortak editoryal çalışması.
- **Anchor Text Stratejisi:** Brand Name + bağlamsal partial match (Örn: "...im [Otel Adı] Bodrum zu verbringen...")
- **Analitik Matris Skoru & Aksiyon:** 7 / 8 Puan → İlk 10 Öncelikli Global Hedef Grubu.

Operasyonel Kontrol Listesi (QA Checklist)

- Hedeflenen her hedef pazar (TR, EN, DE, RU) için en az 20'ser adet doğrulanmış yerel aday kaynak matrise girildi mi?
- Analitik puanlama sonucunda her pazarın en iyi veriyi sunan ilk 10 birincil stratejik hedefi seçilip 90 günlük takvime bağlandı mı?
- Dış kaynaktan gelen dil yapısı ile web sitesindeki hedef sayfa ve hreflang mimarisinin doğruluğu (dil-klasör eşleşmesi) kontrol edildi mi?
- Küresel görünürlük, pazar bazlı organik trafik ve referral lead metriklerini içeren ölçüm altyapısı kuruldu mu?

Deliverables (Kullanıcıya Teslim Edilecek Varlıklar)

- Puanlama Algoritmaları Çok Dilli Kaynak Listesi Sheet'i:** Pazarlara göre filtrelenebilir uluslararası dış kaynak analiz tablosu.
- İlk 10 Stratejik Global Hedef İçin Pitch & İletişim Kiti:** Yabancı editörlerle temasa geçecek ekipler için pazar bazlı iletişim kancaları rehberi.
- 90 Günlük Uluslararası PR & Outreach Uygulama Takvimi:** Operasyonun tüm aşamalarını gün bazlı takip eden küresel boru hattı (pipeline) şablonu.

Görsel Yerleşim & Medya Notları

HER PAZAR İÇİN MİNİMUM OTORİTE KAYNAK HEDEFİ (Checklist)

-  **TR Pazarı:** En az 10 Otorite Kaynak
-  **EN Pazarı:** En az 15 Otorite Kaynak
-  **DE Pazarı:** En az 10 Otorite Kaynak
-  **RU Pazarı:** En az 10 Otorite Kaynak

NOT: Kaynak dili ve hedef sayfa dili mutlaka eşleşmelidir. Ölçüm pazar bazında ayrı raporlanmalıdır.

"Uluslararası pazarlarda link edinimi yaparken dil uyumundan anchor text güvenliğine, pazar hedeflerinden lokal yayıncı standartlarına kadar doğrulanması gereken adımları içeren Pazar Bazlı Stratejik Hedef Seçim Kartı."



"Uluslararası hedef pazarlardan (TR/EN/DE/RU) gelen anlamsal dış otorite sinyallerinin, web sitesindeki ilgili dil klasörlerine (/tr/, /en/, /de/, /ru/) nasıl aktığını ve lokal arama motoru sıralamalarını nasıl tetiklediğini gösteren Pazar → Asset → Yayıncı → Link Akış Diyagramı."