

# YoY & Sezonluk SMM Trend Grafiği Şablonu — SMM / Time-Series (v1.0)

**Asset Amaç:** Bu şablon, sosyal medya ve performans pazarlaması çıktıları aydan aya (MoM) incelemek yerine, yıldan yıla (YoY) ve dönemsel sezon paternleri üzerinden okumanızı sağlar. Zaman çizelgesi (timeline) notları aracılığıyla pazarlama kampanyalarını, sektörel krizleri ve platform algoritma güncellemelerini grafikler üzerine işleyerek, dönemsel dalgalanmalardan kaynaklı "yanlış alarm" ve hatalı optimizasyon risklerini en aza indirir. Altyapıda gerekli entegrasyonlar mevcutsa; erişim ve etkileşim gibi sosyal metriklerin yanına web sitesi trafik kalitesini ve nihai lead/rezervasyon dönüşüm verilerini de aynı zaman serisi mantığıyla entegre eder.

**Kim Kullanır?:** Turizm, otelcilik, perakende ve dönemsel/sezonluk talep dalgalanmalarının (high/low season) yoğun olarak yaşandığı B2B sektörlerinde faaliyet gösteren performans ekipleri, pazarlama müdürleri ve veri analitiği ajansları.

## Nasıl Kullanılır?

- Mevsimsel etkileri doğru analiz edebilmek adına, mevcut dönemi geçen yılın aynı tarih aralığıyla (Örn: 1–31 Ocak 2026 vs. 1–31 Ocak 2025) karşılaştıracak şekilde veri setinizi panellerden dışarı aktarın.
- Sosyal panellerden erişim/etkileşim, GA4 üzerinden ise web sitesi oturum kalitesi ve dönüşüm (lead/rezervasyon) trend grafiklerini oluşturarak şablondaki ilgili alanları doldurun.
- Analiz dönemi içinde gerçekleşen majör bütçe değişikliklerini, kreatif dönüşümlerini, krizleri ve algoritma güncellemelerini zaman çizelgesine işleyerek stratejik aksiyon planınızı netleştirin.

## TEMPLATE — YoY & Sezonluk Performans Matrisi (Kopyala–Doldur)

### A) Rapor Kapsamı ve Sezon Fazı Tanımlama

- Analiz Edilen Mevcut Dönem:** \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / 2026 – \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / 2026  
(Örn: 1–31 Ocak 2026)
- Karşılaştırılan Geçen Yıl Dönemi (YoY):** \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / 2025 – \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / 2025  
(Örn: 1–31 Ocak 2025)
- Veri Trafiği Kaynağı:**  Organik (Organic Social) |  Ücretli (Paid Social) |  İkisi Birlikte (Kümülatif Sosyal Medya)
- Analiz Edilen Güncel Sezon Fazı:**  Sezon Öncesi (Early Booking / Hazırlık) |  Yüksek Sezon (High Season / Yoğun Dönem) |  Sezon Sonu (Low Season) |  Diğer: \_\_\_\_\_

### B) Grafik 1 — Erişim & İzlenim Trendi (Reach / Impressions YoY)

- Bu Yıl Elde Edilen Değer:** \_\_\_\_\_

- Geçen Yıl Aynı Dönem Değeri: \_\_\_\_\_
- Yıllan Yıla Net Değişim Oranı (YoY %): % \_\_\_\_\_
- Analist Yorumu (Maksimum 2 Cümle):

-----  
-----

### C) Grafik 2 — Etkileşim Trendi (Engagement YoY)

- Erişim Bazlı Etkileşim Oranı (Engagement Rate): % \_\_\_\_\_
- Kaydetme (Saves) / Paylaşım (Shares) Sayıları: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_
- Analist Yorumu (Maksimum 2 Cümle):

-----  
-----

### D) Grafik 3 — GA4 Web Sitesi Trafik Kalitesi Trendi (YoY)

- Toplam Oturum Sayısı (Sessions): \_\_\_\_\_
- Etkileşimli Oturum Sayısı (Engaged Sessions): \_\_\_\_\_
- Ortalama Etkileşim Süresi (Avg Engagement Time): \_\_\_\_\_ dk \_\_\_\_\_ sn
- Analist Yorumu:

-----  
-----

### E) Grafik 4 — Dönüşüm Trendi (Lead / Rezervasyon YoY)

(Gerekli teknik sinyal ve ölçüm altyapısının kurulu olduğu varsayımıyla doldurulacaktır)

- Toplam Nitelikli Lead / Rezervasyon Sayısı: \_\_\_\_\_
- Nihai Dönüşüm Oranı (Conversion Rate): % \_\_\_\_\_
- Analist Yorumu:

-----  
-----

### F) Timeline (Olay Notları)

Görsel referans ([image\\_872f25.png](#)) doğrultusunda, grafik sapmalarını anlamlandırmak için doldurulacak kurumsal zaman şeridi:

Tarih	Olay Türü	Operasyonel Durum / Değişiklik Notu	Beklenen / Gözlemlenen Performans Etkisi
___	Kampanya	-----	-----
___	nya	-----	-----
/			

--  
--  
-- **Kreatif** -----  
-- **değişim** -----  
/ **m** -----  
--  
--  
-- **Bütçe** -----  
-- **değişimi** -----  
/ **mi** -----  
--  
--  
-- **Kriz /** -----  
-- **PR** -----  
/ -----  
--  
--  
-- **Algoritma /** -----  
-- **format** -----  
/ **değişimi** -----  
--  
--

### G) Trend Odaklı 3 Başlıkla Stratejik Kapanış

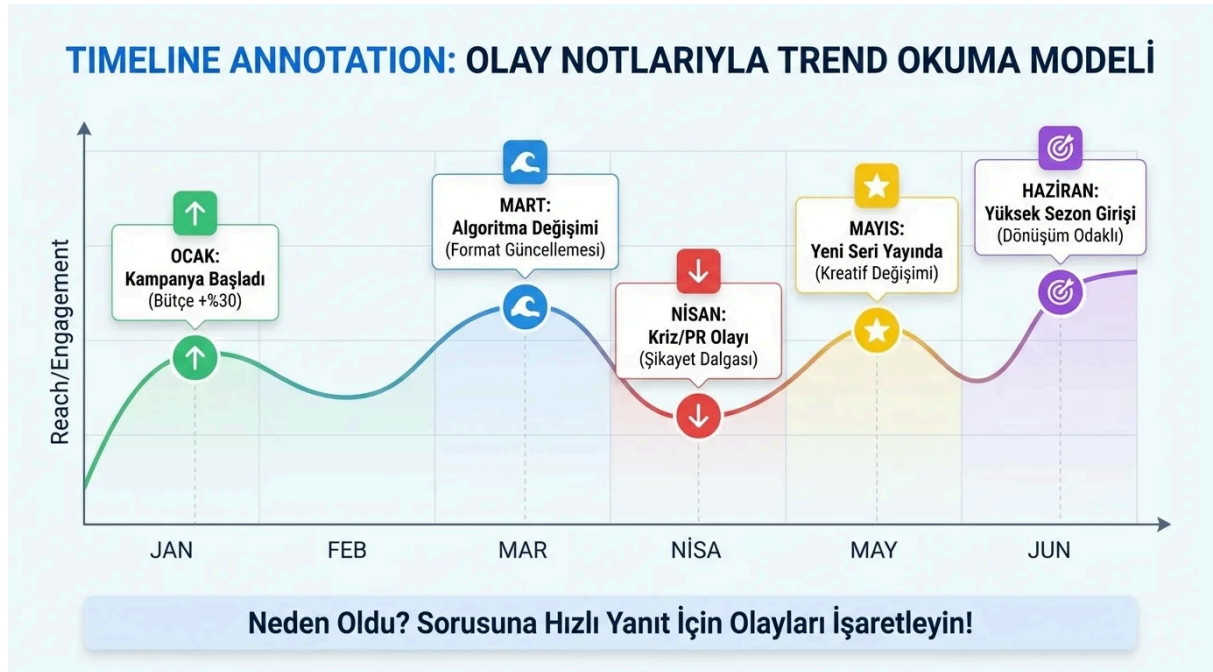
- 1) Ne Oldu? (En Kritik 3 KPI Çıktısı):  
-----  
-----
- 2) Neden Oldu? (Zaman Çizelgesi Verilerine Dayalı Temel Kök Neden / Hipotez):  
-----  
-----
- 3) Ne Yapacağız? (Performansı İyileştirecek 3 Net Aksiyon Maddesi):
  - Aksiyon 1:  
-----  
-----
  - Aksiyon 2:  
-----  
-----
  - Aksiyon 3:  
-----  
-----

## H) Stratejik Kontrol Listesi (Checklist)

- [ ] **Doğru Kıyaslama:** Kısa vadeli yanıltıcı dalgalanmaları önlemek adına aydan aya (MoM) analiz yerine, takvimsel sezon etkilerini içeren yıldan yıla (YoY) veri setleri temel alındı.
- [ ] **Konjonktürel Durum Notu:** Markanın analiz dönemindeki bütçe ve fiyatlama stratejisini optimize etmek amacıyla güncel sezon fazı (yüksek sezon, sezon öncesi vb.) rapora işlendi.
- [ ] **Grafik Üzeri Anlamlandırma:** Reklam bütçesindeki ani iniş-çıkışlar, krizler veya algoritma geçişleri gibi dış faktörler zaman çizelgesi şeridine (timeline) eksiksiz kaydedildi.
- [ ] **Bütünsel Ölçümleme:** Raporlama sürecinde sadece sosyal platform içgörülerıyla (erişim/etkileşim) sınırlı kalınmayıp; GA4 trafik kalitesi ve nihai iş dönüşüm (lead/rezervasyon) metrikleri tek potada eritilerek okundu.
- [ ] **Aksiyona Dönüştürme:** Trend analizinin sonunda belirlenen 3 stratejik aksiyon maddesi, süreç sahipleri ve tamamlanma tarihleri netleştirilerek operasyonel iş listesine dahil edildi.

## Deliverables (Teslim Edilecek Çıktılar)





- Sosyal Medyanın Yayılım Gücünü Karşılaştıran 2 Adet YoY Trend Grafiği (Reach + Engagement)
- Kullanıcıların Site İçi Kalitesini Doğrulayan 1 Adet GA4 Trafik Kalitesi Gösterge Grafiği
- Grafiklerdeki İniş Çıkışların Nedenini Gösteren 1 Adet Operasyonel Zaman Çizelgesi Şeridi (Timeline)
- Verileri Doğrudan Stratejiye Dönüştüren 1 Sayfalık Yönetici Yorum ve Aksiyon Özeti Dokümanı



[Timeline Diagram]

Bir sosyal medya reklam hesabının 12 aylık dalgalı performans grafik çizgisini arka planda sunan; grafik üzerindeki ani yükseliş ve düşüş noktalarına doğrusal oklarla bağlanmış, [image\\_872f25.png](#) görsel yapısıyla tam uyumlu olacak şekilde "Kampanya Başlangıcı", "Majör Bütçe Değişikliği", "Kreatif Format Yenilenmesi", "Algoritma Güncellemesi" ve "Sektörel Kriz/PR Süreci" gibi kritik olay türü etiketlerini tarih bazlı ikonlarla yatay bir zaman şeridi üzerinde gösteren 16:9 formatında infografik mimari akış diyagramı

## YoY KPI KARTLARI: REACH, ENGAGEMENT, TRAFFIC, LEAD

<b>REACH (Erişim)</b> Bu Yıl: 250K Geçen Yıl: 200K YoY Fark: %25 Artış 	<b>ENGAGEMENT (Etkileşim)</b> Bu Yıl: %4.5 Geçen Yıl: %4.0 YoY Fark: %12.5 Artış 
<b>WEB TRAFİK (GA4 Sessions)</b> Bu Yıl: 15K Geçen Yıl: 12K YoY Fark: %25 Artış 	<b>LEAD/REZERVASYON (Dönüşüm)</b> Bu Yıl: 180 Geçen Yıl: 150 YoY Fark: %20 Artış 

### Sezon Bazlı Raporlama: Gerçek Büyüme Yönü



[KPI Card]

Pazarlama yöneticileri ve ajans direktörlerinin dönemsel büyüme oranlarını tek bakışta görmesini sağlayan; sol tarafta bu yılın güncel performans verilerini, sağ tarafta ise geçen yılın aynı dönemine ait referans değerlerini konumlandıran, ortalarında ise erişim (reach), etkileşim (engagement), web sitesi etkileşimli oturum süreleri ve lead/rezervasyon hacimlerindeki yıldan yıla (YoY) yüzde bazlı artış ya da azalış

*trendlerini yeşil/kırmızı yön yönlendiricileriyle sunan modern kare formatlı performans gösterge kart tasarımı*