

Çok Dilli URL/Hreflang & İçerik Planlama Şablonu

(v1.0)

Asset Amacı: TR–EN–DE–RU çok dilli projelerde dil mimarisini, URL eşleşmelerini ve içerik yayın takvimini tek bir "doğruluk kaynağı" (Source of Truth) üzerinde toplar. Teknik ekipler ile içerik ekipleri arasındaki kopukluğunu gidererek dil karışması, kopya içerik (duplicate) ve hatalı yönlendirme risklerini minimize eder.

Kim Kullanır?: Proje yöneticileri, SEO uzmanları, geliştiriciler ve içerik/çeviri koordinatörleri.

A) Dil Mimarisi & URL Standardı (Setup)

1. Dil Mimari Kararı

- Seçim:** [] Subfolder (örn: /en/) [] Subdomain
(<https://www.google.com/search?q=en.site.com>) [] Ayrı Domain (site.de)
- Gerekçe:**

Risk Notu:

2. URL & Slug Politikası

- TR Base:** `/tr/` | **EN Base:** `/en/` | **DE Base:** `/de/` | **RU Base:** `/ru/`
- Slug Kuralı:** (Örn: Yerel dilde slug kullanımı mı yoksa İngilizce anahtar kelime tabanlı mı?)

B) Teknik SEO Standartları (Kilit Kurallar)

1. Hreflang & Canonical Matrisi

- [] **Karşılıklılık (Reciprocal):** Evet. (A sayfası B'yi, B sayfası A'yi işaret etmeli.)
- [] **x-default:** [] Var (Önerilen: EN) [] Yok
- [] **Self-Canonical:** Evet. (Her dil versiyonu kendi URL'ini canonical olarak göstermelidir.)
- [] **Dil Kodları:** `tr-TR`, `en-GB` (veya `en-US`), `de-DE`, `ru-RU` olarak belirlendi.

2. Dil Switcher (Dil Değiştirici) UX

- **Eşleşme Mantığı:** [] Eş İçerik → Eş URL (Örn: /tr/odalar -> /en/rooms)
 - **Fallback:** İçerik eşि yoksa [] Home'a at [] Dil değiştiriciyi gizle
 - **Mobil Görünüm:**
-

C) İçerik Yayın & Lokalizasyon Dalgaları

- **1. Dalga (Kritik Sayfalar):** Ana sayfa, Oda/Hizmet sayfaları, Rezervasyon akışı, iletişim.
- **2. Dalga (Cluster/Blog):** Popüler rehberler, SSS (FAQ), Genel konsept içerikleri.
- **3. Dalga (Destinasyon):** Uzun kuyruklu (Long-tail) yerel içerikler ve deneyim yazıları.

Çeviri Kalite Süreci:

- **Yöntem:** [] Makine + Editör [] Profesyonel Çeviri [] Lokalizasyon (Kültürel Uyarlama)
- **Kontrol:** [] Terim Sözlüğü Kontrolü [] Son Okuma (Review) Adımı

D) Uygulama Kuralları (5 Altın Kural)

1. **Stratejik Karar:** Mimariyi sadece SEO için değil, operasyonel yükü (SSL, sunucu yönetimi) hesaplayarak seçin.
2. **Slug Disiplini:** URL yapılarını sabitlemeden içerik girişine izin vermeyin; sonradan yapılan 301 yönlendirmeleri otorite kaybına neden olur.
3. **Hreflang Simetrisi:** Kodları her sayfada tam set olarak kurun; eksik karşılıklılık Google hatalarına yol açar.
4. **UX Odaklı Switcher:** Kullanıcıyı bulunduğu sayfadan ana sayfaya atan dil değiştiricilerden kaçının; doğrudan ilgili içeriğe yönlendirin.
5. **Aşamalı Yayın:** Çeviri kalitesini korumak için içerikleri "dalgalar" halinde yayınlayın; önce satış odaklı sayfaları bitirin.

E) Deliverables (Teslim Edilecekler)

1. **Dil Eşleşme Tablosu:** Tüm dillerin URL karşılıklarını içeren Google Sheets dosyası.
2. **Hreflang/Canonical Standart Dökümanı:** Yazılım ekibi için teknik uygulama kılavuzu.
3. **İçerik Yayın Planı:** TR/EN/DE/RU öncelik sırası ve takvimi.
4. **Terim Sözlüğü (Glossary):** Markaya özel teknik terimlerin 4 dildeki karşılıkları.