

Sosyal Medya Strateji Framework & Template

(v1.0)

Asset Amacı: Sosyal medya operasyonunu temel bir denetimden (audit) başlayarak, hedef odaklı bir içerik planına ve ölçüm sistemine taşır. Otel grupları ve hizmet markaları için içerik kararlarını kişisel beğenilerden kurtarıp, "Pillar-Persona-KPI" üçgenine dayalı bir kurumsal çerçeveye oturtur.

Kim Kullanır?: Otel Sahipleri/GM'ler, Satış-Pazarlama Müdürleri ve Sosyal Medya Liderleri.

1. Strateji Akış Diyagramı (Framework)

Stratejinin başarısı, veriden beslenen ve sürekli kendini güncelleyen bir döngüye bağlıdır.

2. Strateji Dokümanı (Doldurulabilir Şablon)

A) Audit & Hedef Seti

- Son 90 Gün Analizi:** En iyi performans gösteren 3 içerik tipini ve ortak "Hook" yapılarını belirleyin.
- İş Hedefi:** () Rezervasyon/Satış () Lead () Marka Bilinirliği
- Kanal Rolleri:** LinkedIn'i "Otorite/Lead", Instagram'ı "Topluluk/Görsel Deneyim" merkezi olarak konumlandırın.

B) Persona & Pillar Matrisi

Aşağıdaki tabloyu 4-6 ana içerik direğii (Pillar) için doldurun:

Content Pillar	Vaat / Değer Önerisi	Hedef KPI	Örnek Format
Uzmanlık/Rehber	Sektörel ipuçları & frameworkler	Kaydetme / Tıklama	Carousel / Mini Ders
Deneyim/Lifestyle	Otel atmosferi & misafir hikayeleri	Paylaşım / ER	Reels / Story
Şeffaflık/Ekip	Kamera arkası & mutfak	Yorum / DM	Fotoğraf / Röportaj

C) Operasyonel Plan

- **Onay SLA:** İçeriklerin onay süreci maksimum 48 saat ile sınırlanmalıdır.
- **Kapasite:** Haftalık üretim gücünüzü (Örn: 3 Post, 5 Story, 1 Reels) gerçekçi şekilde tanımlayın.

3. Uygulama İçin 5 Altın Kural

1. **KPI Olmadan Üretmeyin:** Her içerik bir Pillar'a, her Pillar bir metriğe (KPI) bağlı olmalıdır.
2. **Persona Odaklılık:** Persona sayısını 2-4 arasında tutun. Herkese konuşan, kimseyi ikna edemez.
3. **Kanal Farklılaştırma:** Instagram'da paylaştığınız her şeyi birebir LinkedIn'de paylaşmayın; tonu kanala göre büükün.
4. **Sürdürülebilirlik:** Günde 3 vasat paylaşım yerine haftada 3 yüksek değerli paylaşım her zaman daha fazla ROI getirir.
5. **Öğrenim Arşivi:** Aylık raporlarda sadece sayıları değil, "Neden bu içerik kazandı?" sorusunun cevabını not edin.

4. Kontrol Listesi

- [] Audit bulguları net bir "Öğrenim Listesine" dönüştü mü?
- [] Her kanal için ana ve destekleyici KPI'lar belirlendi mi?
- [] Persona kartlarında "İtirazlar ve Kanıtlar" bölümü dolu mu?
- [] 14 günlük test planı ve A/B test değişkenleri tanımlı mı?
- [] 6 aylık strateji revizyon tarihi takvime işlendi mi?

5. Deliverables (Teslim Edilecekler)

1. **Strateji Dokümanı:** Tek dosyada tüm planlama katmanları.
2. **Pillar-Kanal Matrisi:** Hangi içeriğin hangi kanalda ne amaçla kullanılacağı.
3. **Aylık Rapor Şablonu:** Öğrenim ve aksiyon odaklı yönetim özeti.
4. **Checklist Card:** Strateji hazırlık aşamalarını özetleyen görsel.