

Search Intent → İçerik Türü Eşleştirme Şablonu

(v1.0)

Asset Amacı: Anahtar kelime kümelerini "ham bir liste" olmaktan çıkarıp; intent (niyet), SERP tipi, sayfa türü ve funnel (huni) çerçevesiyle planlamamanızı sağlar. Amaç; kullanıcı niyetiyle uyuşmayan sayfa türü üretimini engellemek ve içeriklerin arama motorlarındaki performansını öngörelebilir hale getirmektir.

Kim Kullanır?: SEO Uzmanları, İçerik Stratejistleri, Ajans Yöneticileri ve Otel Pazarlama Ekipleri.

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Analiz:** Kelime kümelerini belirleyin ve SERP (Arama Sonuç Sayfası) üzerinden baskın intent'i (bilgi alma, satın alma vb.) doğrulayın.
- Eşleştirme:** Şablonda sayfa türünü (Blog/SSS/Hizmet/Landing) seçin ve içeriğin funnel rolünü (ToFu/MoFu/BoFu) belirleyin.
- Aksiyon:** İç link ve CTA hedeflerini ekleyerek, 30/90 günlük KPI kontrol planını oluşturun.

B) TEMPLATE (Kilitli Şablon Alanları)

- Küme Adı:** _____
- Ana Anahtar Kelime:** _____
- SERP Baskın Tipi:** (Blog / Landing / Hizmet / Liste / Video / FAQ)
- Intent (Doğrulanmış):** (Bilgi / Ticari / İşlem / Navigasyon)
- Önerilen Sayfa Türü:** (Blog / SSS / Hizmet / Landing)
- Funnel Aşaması:** (ToFu / MoFu / BoFu)
- Snippet Hedefi:** (Featured Snippet / PAA / HowTo / None)
- Ana H2 Temaları:** _____
- PAA Soruları (5–10 Adet):** _____
- İç Link Hedefleri (URL):** _____
- CTA Planı:** Birincil (Primary) ____ kez / İkincil (Secondary) ____ kez
- KPI Seti (30/90 gün):** _____

Nasıl Doldurulur? (5 Altın Kural)

- SERP Doğrulaması:** Intent'i asla tahmin etmeyin; mutlaka mevcut Google sonuçlarını inceleyerek (SERP analizi) doğrulayın.
- Ters Eşleşmeden Kaçının:** Satın alma niyeti (Transactional) olan bir kelime için sadece bilgi veren uzun bir blog yazısı üremeyin; landing page odaklı kalın.
- Yapışal H2 Kurgusu:** Başlıklarınızı sadece kelime geçirmek için değil, PAA (Kullanıcılar Bunları da Sordu) sorularını yanıtlayacak şekilde kurgulayın.
- Funnel Hızalaması:** ToFu (Huninin Üstü) içeriklerinde daha bilgilendirici ikincil CTA'lar kullanırken, BoFu (Huninin Altı) içeriklerinde doğrudan satış odaklı birincil CTA'lara ağırlık verin.
- Yaşayan İçerik:** Sadece yayinallyamak yetmez; 30. ve 90. günlerde içerik performansını KPI planına göre revize edin.



Deliverables (Teslim Edilecekler)

- Intent–Sayfa Türü Eşleştirme Tablosu:** Kelime kümeleri için stratejik harita.
- Funnel İçerik Haritası:** Kullanıcı yolculuğuna göre içerik dağılımı.
- CTA & İç Link Planı:** Sayfalar arası geçiş ve dönüşüm kurgusu.