

Persona Kartları & İçerik Eşleştirme Şablonu (v1.0)

Asset Amacı: GA4, CRM, anket ve misafir mesajlarından gelen dağınık verileri anlamlı 2–4 persona kartına dönüştürür. Her personanın korkularını, itirazlarını ve ikna olma kriterlerini içerik takvimine (mesaj, format ve CTA bazında) bağlayarak pazarlama bütçesinin ve içerik üretim eforunun verimliliğini artırır.

Kim Kullanır?: Otel Satış-Pazarlama Ekipleri, B2B Pazarlama Müdürleri ve Ajans Strateji Ekipleri.

A) Audience Evidence Sheet (Veri Kanıt Tablosu)

Persona oluşturmadan önce verileri bu tabloda konsolide edin:

Veri Kaynağı	Öne Çıkan Sinyal / Trend	Persona İpucu
GA4 / Web	En çok ziyaret edilen sayfalar, cihaz tipi, konum.	İlgi Alanı
CRM / Satış	Ortalama konaklama süresi, rezervasyon kanalı.	Harcama Gücü
DM / Mesajlar	En sık sorulan sorular, şikayetler, merak edilenler.	Pain Point (Ağrı Noktası)
Anket / Feedback	"Bizi neden seçtiniz?" sorusuna verilen cevaplar.	İkna Kanıtı

B) Persona Kartı Şablonu (2–4 Adet)

Her bir hedef kitleniz için aşağıdaki alanları netleştirin:

- Persona Adı:** [Örn: Kalite Odaklı B2B Karar Verici / Çocuklu Konfor Arayan Aile]
- Karar Sorusu:** [Örn: "Operasyonel süreçte aksaklık yaşar mıyım?"]
- Pain Point (Sorun):** [Örn: Gizli maliyetler ve yetersiz teknik altyapı.]
- İtiraz:** [Örn: "Fiyat rakiplerine göre neden daha yüksek?"]
- İkna Eden Kanıt:** [Örn: Başarı hikayeleri, teknik sertifikalar, video turlar.]

- **Tercih Formatı:** [Örn: Checklist, Whitepaper, Case Study videosu.]
- **CTA (Tek):** [Örn: Teklif Al / Demo Planla / WhatsApp'tan Sor.]
- **Kaçınılacak Dil:** [Örn: Çok süslü ama içi boş sıfatlar, teknik terim boğuntusu.]

C) Persona → İçerik Eşleştirme Matrisi

Personayı içerik stratejisine bu matrisle bağlayın:

Persona	Ana Mesaj	Format	CTA
MICE Karar Verici	Operasyon Güveni	Süreç Akış Videosu	Görüşme Planla
Lüks Gezgin	Özel Deneyim	Estetik Reels / POV	Rezervasyon Yap

D) Uygulama İçin 5 Altın Kural

1. **Odaklanın:** Persona sayısını 2–4 arasında tutun; daha fazlası stratejiyi dağıtır.
2. **Karar Sorusunu Bulun:** Her personanın zihnindeki o "tek ve kritik" soruyu yanıtlayın.
3. **Önce İtiraz, Sonra CTA:** Misafirin itirazını içerikte çürütmeden (kanıt sunmadan) "Satın Al" demeyin.
4. **Takvimi Persona ile İşleyin:** Takviminizde her içeriğin hangi personaya hitap ettiği mutlaka belirtilmelidir.
5. **Performansı Kıyaslayın:** Aylık raporda hangi personanın daha iyi dönüştüğünü analiz edin.

E) Deliverables (Teslim Edilecekler)

1. **Audience Evidence Sheet:** Veri konsolidasyon tablosu.
2. **Persona Kartları Seti:** 2–4 adet doldurulmuş profil kartı.
3. **İçerik Eşleştirme Matrisi:** Strateji özet tablosu.
4. **Persona Sütunlu Takvim Şablonu:** Uygulanabilir aylık içerik takvimi.