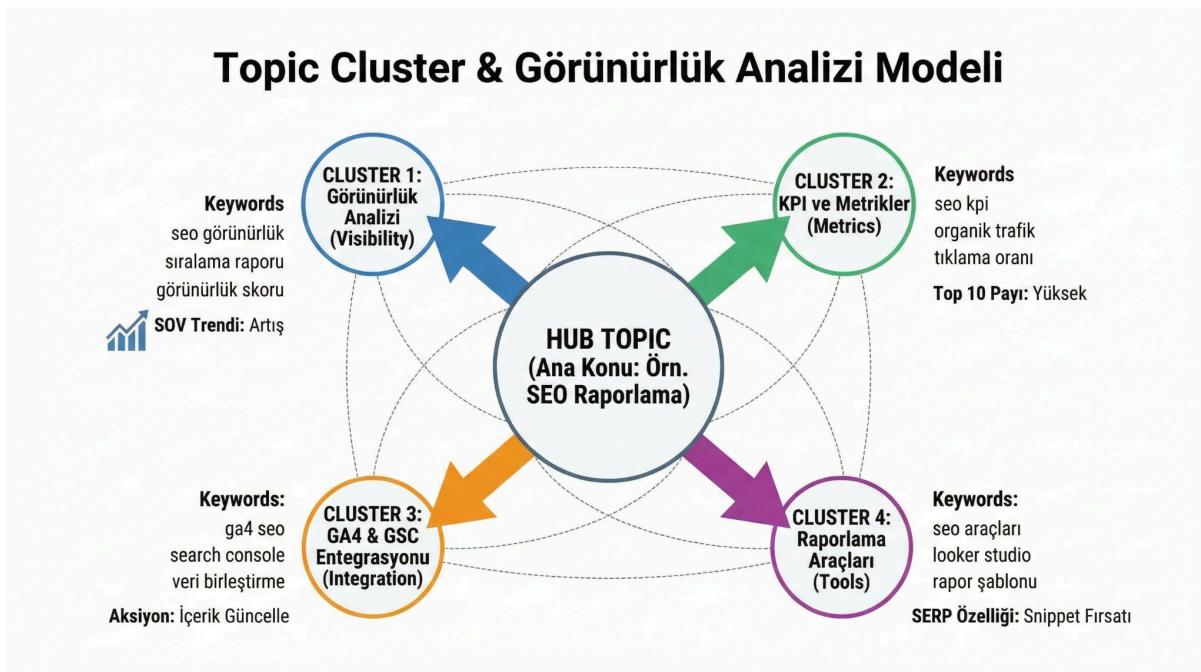


Anahtar Kelime/Cluster Görünürlük Rapor Şablonu (v1.0)

Asset Amacı: Bu şablon, SEO raporlamasını tekil kelime sıralamalarından çıkararak konu obekleri (cluster) ve görünürlük payı (Share of Voice) düzeyine taşır. Yönetimin "Hangi konuda otoritemiz artıyor?" sorusuna yanıt verirken, SERP özelliklerinin (snippet, harita, PAA) tıklama oranları üzerindeki etkisini analiz ederek doğru aksiyon almanızı sağlar.

Kim Kullanır?: SEO liderleri, ajans yöneticileri ve otel/B2B pazarlama ekipleri.



Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Segmentasyon:** Anahtar kelime listenizi mantıksal kümelere (Örn: "Bodrum Erken Rezervasyon", "Balayı Otelleri") ayırin ve marka (brand/non-brand) etiketlerini ekleyin.
- Veri Girişi:** Her küme için Top 3/Top 10 payını ve görünürlük trendini "Görünürlük Paneli"ne işleyin.
- Teşhis & Aksiyon:** Düşüş görülen kümelerde SERP özelliklerini veya teknik hataları inceleyip aksiyon planını (icerik güncelleme, teknik tarama vb.) belirleyin.

TEMPLATE İÇERİĞİ (Boş Şablon Alanları)

A) Cluster (Küme) Tanımı

- Cluster Adı:** _____
- Hub (Ana) Sayfa:** _____
- Alt İçerikler:** _____
- Marka Ağırlığı:** %_____ Brand / %_____ Non-brand

B) Görünürlük Paneli (Çekirdek Tablo)

Cluster	Visibility / SOV	Top 3 Payı	Top 10 Payı	Avg Pos.	SERP Özelliği Notu	Yorum	Aksiyon
Örn: Herşey Dahil	%12	%5	%15	8.2	PAA Yoğun	CTR Düşüyor	FAQ Ekle
Cluster 1							

C) Ortalama Konum Kırılımı (Dağılım)

- Top 3: ____ adet kelime
- Top 10: ____ adet kelime
- 11–20: ____ adet kelime
- 21+: ____ adet kelime

Problem → Kök Neden → Çözüm Matrisi

Problem (Semptom)	Olası Kök Neden	Hızlı Çözüm
Gösterim artıyor, tıklama sabit	CTR/Snippet zayıf.	Title/Meta + FAQ/HowTo schema iyileştir, vaadi netleştir.
Konum düştü, CTR sabit	Rekabet/Teknik/İçerik eskidi.	İçerik güncelle, internal link, teknik tarama.
Trafik var, dönüşüm yok	Yanlış niyet/Landing UX.	Landing'i niyete göre yeniden kurgula, CTA sürtünmesini azalt.
Dönüşüm düştü, trafik aynı	Ölçüm hatası/Goal kaydı.	GA4 event/goal kontrolü, tag doğrulama.

Uygulama Kuralları (5 Altın Kural)

- Dağılım Odaklı Ol:** Ortalama konumu tek başına bir başarı kriteri yapmayın; mutlaka Top 3/10/20 dağılımıyla birlikte okuyun.
- Markayı Ayır:** Marka kelimelerinizin (brand) veriyi saptırmamasına izin vermeyin; non-brand performansını ayrı yorumlayın.
- SERP Dinamiği:** SERP özelliği (snippet, reklam, harita) notu eklemeden düşük CTR değerlerini yorumlamayın.
- Net Aksiyon:** Her cluster için mutlaka bir ana aksiyon (İçerik, Teknik, Link) seçin.
- Yönetici Özeti:** Raporun başında en kritik 3 cluster'dan fazlasına odaklanarak odağı dağıtmayın.

Kontrol Listesi & KPI Takibi

KPI	Önce	Sonra	Not
Clicks	—	—	CTR/Snippet etkisi
CTR	% ____	% ____	Title/Meta/FAQ
Avg Position	—	—	İçerik + Link
Organic Conversions	—	—	Ölçüm + UX

Deliverables

- Deliverables:** Görünürlük Paneli Şablonu, Cluster Dağılım Grafiği, Aksiyon Matrisi.

