

Eski İçerik Seçim & Consolidation Planlama Şablonu (v1.0)

Asset Amacı: Eski içerikleri "tahminlerle" değil; Google Search Console verileri, içerik çakışma sinyalleri ve kullanıcı niyeti kriterleriyle analiz etmenizi sağlar. Hangi içeriğin güncelleneceğini (Update), hangilerinin birleştirileceğini (Merge) netleştirerek; 301 yönlendirme ve iç link temizlik planını tek bir tabloda toplar.

Kim Kullanır?: SEO uzmanları, içerik yöneticileri, ajans yöneticileri ve otel/turizm pazarlama ekipleri.

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Veri Toplama:** Search Console'da performansı düşen veya aynı anahtar kelimedeki birbirine yaraşan sayfaları listeleyerek şablona ekleyin.
- Karar Mekanizması:** Her sayfa için "Güncelle (Update)", "Birleştir (Merge)" veya "Yönlendir (Redirect)" kararını matris verilerine göre verin.
- Uygulama & Takip:** 301 haritasını oluşturun, eski linkleri yeni hedefe yönlendirin ve 30/90 günlük performans takvimini başlatın.

B) TEMPLATE (Kopyala-Kullan Şablonu)

1. Proje Kimliği

- Proje / Site: _____
- Dönem Karşılaştırması: (Örn: Son 28 gün vs. Önceki yıl aynı dönem)

- Sorumlu: _____

2. Aday İçerik & Karar Matrisi

Mevcut URL	Ana Sorğu Seti	Sinyal (CTR/Konum)	Karar (Update/Merge/301)	Hedef Ana URL
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____

3. Teknik Detay ve Aksiyon Planı

- **Yeni Başlık / H1:** _____
- **Güncellenecek Alanlar:** [] Veri [] GörSEL [] FAQ [] CTA
- **İç Link Temizliği:** (Hangi sayfalardaki linkler güncellenecek?)

- **Risk Notu:** (Yönlendirme zinciri, tarama bütçesi etkisi vb.)

Consolidation İçin 5 Altın Kural

1. **Veriyi Koutuştur:** Gösterim kaybı veya net çakışma sinyali (iki sayfanın sürekli yer değiştirmesi) olmadan büyük bir birleştirme işlemi yapmayın.
2. **Güçlü Olanı Seç:** Birleştirme işleminde; teknik yapısı en temiz, en çok otoriteye (backlink/internal link) sahip olan sayfayı "ana hedef" olarak belirleyin.
3. **301 Yeterli Değildir:** Sadece yönlendirme yapmak yetmez; site içindeki tüm eski linkleri (menü, breadcrumb, blog içi) yeni hedef URL'ye manuel olarak taşıyın.
4. **Zincir Oluşturma:** Redirect zinciri (A -> B -> C) SEO otoritesini böler; her zaman tek sıçramalı (A -> C) yönlendirmeyi hedefleyin.
5. **Kademeli Yayın:** Değişiklikleri tüm sitede aynı anda değil, küçük partilerle yayinallyın ve Google'ın tepkisini KPI planına göre ölçün.
- 6.



Kontrol Listesi & Deliverables

- [] Aday içerikler Search Console verileriyle (tıklama/konum trendi) doğrulandı mı?
- [] 301 yönlendirme haritası ve iç link temizlik listesi hazır mı?
- [] Site haritası (Sitemap) ve navigasyon güncellendi mi?
- [] 30 ve 90 günlük KPI takip planı oluşturuldu mu?

Teslimat Paketi: Karar matrisi tablosu, 301 haritası, iç link temizlik planı ve performans takip notları.