

# SEO Raporlama KPI Checklist'i (v1.0)

**Asset Amacı:** Bu checklist; Google Search Console (GSC) ve GA4 verilerini tek bir okuma düzeneinde birleştirerek SEO raporlarınızın minimum standartlarını belirler. Amacı, raporu sadece rakam listesi olmaktan çıkarıp; yöneticiye 1 sayfalık net bir özet sunan ve doğrudan aksiyona yönlendiren bir formata dönüştürmektir.

**Kim Kullanır?:** Otel ve ajans yöneticileri, pazarlama liderleri ve SEO ekipleri.



## RAPOR → AKSİYON KÖPRÜSÜ

### Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Segmentasyon:** GSC ve GA4 üzerinde tarih aralığını seçin; cihaz, landing page ve marka (brand/non-brand) segmentlerini hazırlayın.
- Denetim:** Checklist'i doldurarak performansın düştüğü "kırmızı alanları" kök neden tablosuna aktarın.
- Aksiyon:** 14 günlük sprint planı ile iyileştirmeleri sıraya koyn ve bir sonraki raporda "önce/sonra" kıyasıyla başarıyı ölçün.

### Ölçüm & Önceliklendirme Checklist'i

- Veri Bağlantısı:** GA4 ve GSC mülklerinin birbiriley ve raporla eşleştiği doğrulandı mı?
- Karşılaştırma:** Tarih aralığı sabit bir periyotla (Örn: Son 28 gün vs. Önceki 28 gün) kıyaslanıyor mu?
- Dönüşüm Odağı:** Organik trafikten gelen makro (rezervasyon) ve mikro (form/telefon) dönüşümler net mi?
- Segmentasyon:** Marka aramaları (Brand) ve hizmet aramaları (Non-brand) ayırtırıldı mı?

- Landing Page:** En iyi performans gösteren ve en çok düşüş yaşayan ilk 10 sayfa belirlendi mi?
- Cihaz & Pazar:** Mobil/Masaüstü farkları ve hedef pazarlar (Ülke bazlı) raporlandı mı?
- Yönetici Özeti:** Rapor, 1 sayfalık özet ve 3-6 maddelik net aksiyon listesiyle bitiyor?

## Problem → Kök Neden → Çözüm Matrisi

| Problem                                | Kök Neden                                            | Çözüm                                                        |
|----------------------------------------|------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| <b>Yüksek Impression / Düşük Click</b> | Snippet (Başlık/Meta) ilgi çekici değil.             | Title ve Meta Description'ı CTA içerecek şekilde revize et.  |
| <b>Trafik Var / Dönüşüm Yok</b>        | Landing page hızı düşük veya içerik niyetle uyumsuz. | Mobil UX kontrolü yap; sayfa içeriğini arama niyetiyle eşle. |
| <b>Pozisyon Kaybı</b>                  | Rakip içerik güncellendi veya teknik hata var.       | İçeriği tazele; FAQ blokları ekle ve dahili linkleme yap.    |

## 14 Günlük SEO Aksiyon Sprint Planı

| Gün     | Odak                      | Aksiyon                                                                              |
|---------|---------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| G 1-3   | <b>Analiz</b>             | Veri setlerini sabitleme, KPI matrisi oluşturma ve sorunlu sayfaları seçme.          |
| G 4-6   | <b>Snippet &amp; UX</b>   | Snippet analizi, Meta iyileştirmeleri ve mobil UX (hız/form) sürtünme kontrolleri.   |
| G 7-9   | <b>İçerik &amp; Ölçüm</b> | Dönüşüm doğrulama, dahili linkleme ve yüksek potansiyelli sayfaları güncelleme.      |
| G 10-14 | <b>Rapor &amp; İcra</b>   | Yönetici özetini hazırlama, aksiyonları canlıya alma ve "sonra" takip planını kurma. |

## Öncesi / Sonrası KPI Kıyas Şablonu

| Metrik (Organik)         | Önce (Baseline) | Sonra (Hedef) | Fark   |
|--------------------------|-----------------|---------------|--------|
| Tıklama (Clicks)         | —               | —             | % ____ |
| Gösterim (Impressions)   | —               | —             | % ____ |
| Ort. Tıklama Oranı (CTR) | % ____          | % ____        | % ____ |
| Ort. Pozisyon            | —               | —             | +/-    |
| Dönüşüm Sayısı           | —               | —             | % ____ |

## Deliverables

- KPI Matrisi, Segment Raporu, 1 Sayfalık Yönetici Özeti, 14 Günlük Sprint Backlog'u.

