

TR–EN–DE–RU Keyword & Hreflang Blueprint

(v1.0)

Asset Amacı: Çok dilli otel web sitelerinde URL mimarisi, hreflang etiketleme ve pazar bazlı anahtar kelime haritalamasını tek bir operasyonel şablonda birleştirir. Teknik SEO hatalarını (yanlış dil eşleşmesi vb.) sıfırlarken, DE (Almanya) ve RU (Rusya) gibi kritik pazarlarda doğru terminoloji ile doğrudan rezervasyonu (direct booking) artırmayı hedefler.

Kim Kullanır?: SEO/Web ekipleri, içerik yöneticileri ve pazarlama stratejistleri.

A) Teknik Altyapı & Audit Sheet

Sitenizin çok dilli sağlığını 0-2 arası puanlayarak (0: Eksik, 1: Kısmi, 2: Tam) analiz edin:

Denetim Alanı	Puan (0-2)	Durum Notu
URL Mimarisi: Subfolder (/en/) veya ccTLD kullanımı tutarlı mı?		
Reciprocal (Karşılıklılık): Tüm diller birbirini geri işaret ediyor mu?		
x-default: Dil seçilmemişinde gidilecek "varsayılan" sayfa tanımlı mı?		
Canonical Uyumu: Dil sayfaları "self-canonical" kuralına uyuyor mu?		
Dil Seçici (Switcher): UX, kullanıcıyı bulunduğu sayfanın eşine atıyor mu?		

B) Dil Bazlı Keyword & İçerik Haritası

Her pazarın "arama niyeti" farklıdır. Bu tabloyu destinasyon ve segment bazlı doldurun:

- **Segment Örneği (Family):**

- **TR:** "Antalya aile otelleri" -> Niyet: Fiyat/Konsept
- **RU:** "Семейные отели Анталии" -> Niyet: Çocuk kulübü/Hizmet kalitesi
- **DE:** "Familienhotels Antalya" -> Niyet: Erken rezervasyon/Ulaşım

C) İlk 10 Kritik Aksiyon Listesi

1. **Hreflang Reciprocal Test:** Oda ve teklif sayfalarının tüm dillerde birbirini tanıdığından emin olun.
2. **x-default Uygulaması:** Global kullanıcıyı karşılayacak ana dili (genellikle EN) x-default olarak işaretleyin.
3. **Niyet Korumalı UX:** Dil değiştirildiğinde kullanıcıyı ana sayfaya değil, içeriğin o dildeki tam karşılığına gönderin.
4. **DE/RU Lokalizasyonu:** Çeviri değil, pazarın tatil alışkanlıklarına göre lokalize edilmiş içerik üretin.
5. **GSC Raporlama:** Google Search Console'da her dil klasörü için ayrı mülk/filtre oluşturun.
6. **Canonical Temizliği:** Hreflang ile çakışan hatalı canonical etiketlerini temizleyin.
7. **Lokalizasyon Guideline:** Marka tonunun 4 dildeki karşılıklarını (Örn: "Lüks" vs "Luxury" vs "Luxus") belirleyin.
8. **Internal Link Haritası:** Dil sayfaları arasında sadece kendi dilindeki sayfalara link çıkışları sağlayın.
9. **KPI Dashboard:** Dil bazlı dönüşüm oranlarını (Conversion Rate) izleyin.
10. **365 Refresh:** Fiyat ve tekliflerin tüm dillerde aynı anda güncellenme rutinini kurun.

D) Deliverables (Teslim Edilecekler)

- **Hreflang Şeması:** Sayfa türlerine göre teknik etiketleme rehberi.
- **Keyword Matrisi:** 4 dil için pazar/segment bazlı anahtar kelime listesi.
- **Navigation Wireframe:** Mobil ve masaüstü için ideal dil seçici yerleşimi.
- **SEO Raporlama Paketi:** Dil bazlı performans izleme şablonu.