

DİJİTAL PAZARLAMA ve SOSYAL MEDYA Sertifika Programı

Ankara - 2023

PROGRAM İÇERİĞİ

Dünyanın Yeni Dinamikleri

- Bilgisayar teknolojisi
- İnternet teknolojisi
- Dün, bugün ve yarınlar

PROGRAM İÇERİĞİ

“Sosyal Medya” Kavramı

- ‘Sosyal Medya’ Ne Demek?
- Web 1.0’dan Web 2.0’a Sosyalleşen Medya
- Dünyada ve Türkiye’de Sosyal Medya
- Sosyal Medya Neleri Değiştirdi?
- Sosyal Medyayı Neler Bekliyor?

PROGRAM İÇERİĞİ

Popüler Sosyal Mecralar

- YouTube
- Facebook
- Instagram
- Twitter
- LinkedIn
- Kapalı Sosyal Ağlar

PROGRAM İÇERİĞİ

Sosyal Medyada İçerik Stratejisi

- Dijital Pazarlama Stratejisi Oluşturma
 - Sosyal Medya Stratejisi Oluşturma
 - Hedef Kitle ve Mecra Belirleme
 - Yayın Planı Oluşturma
 - Dijital Reklam Stratejisi

PROGRAM İÇERİĞİ

Sosyal Medya Yönetim Sistemleri

- Hootsuite
- Buffer
- SocialFlow (Gazetecilik / Yayın)
- Falcon Social (Gazetecilik / Yayın / Ajans)

PROGRAM İÇERİĞİ

Sosyal Medya Reklamcılığı

- Instagram Reklam Paneli
- Facebook Reklam Paneli
- Meta Business
 - Facebook Reklamları
 - Instagram Reklamları

PROGRAM İÇERİĞİ

Dijital Mecra Reklamcılığı

- Google Ads
 - Arama Ağı Reklamları (SEM)
 - Görüntülü Reklam Ağı
 - Alışveriş Reklamları
 - Video Reklamlar (YouTube)
 - Keşif (YouTube ve GMail)

PROGRAM İÇERİĞİ

Sosyal Medya Raporlaması

- Raporlamanın Önemi
- Raporlama Teknik ve Araçları
- Sosyal Medya Takibi (Social Media Monitoring)
- Haftalık ve Aylık Sosyal Medya Raporları
- 6 Aylık ve Yıllık Sosyal Medya Raporları
- Karşılaştırmalı Sosyal Medya Raporları

PROGRAM İÇERİĞİ

Web Siteleri ve Bloglar

- Bilgisayar ve İnternet Teknolojisi
- Temel Kavramlar ve İnternetin Çalışma Sistemi
- Domain ve Hosting Alımı, Ayarlamaları
- Web Sitesi Kurulumu (WordPress)
- E-Ticaret Sitesi Kurulumu (WooCommerce)

PROGRAM İÇERİĞİ

Arama Motoru Optimizasyonu (SEO)

- Arama Motorları ve Çalışma Sistemleri
- Site İçi SEO
- Site Dışı SEO
- Kötü Amaçlı SEO

DÜNYANIN YENİ DİNAMİKLERİ

Bölüm I

DÜNYANIN YENİ DİNAMİKLERİ



Kara Saban: Toprağı sürmede kullanılan ilkel bir tarım aracı.

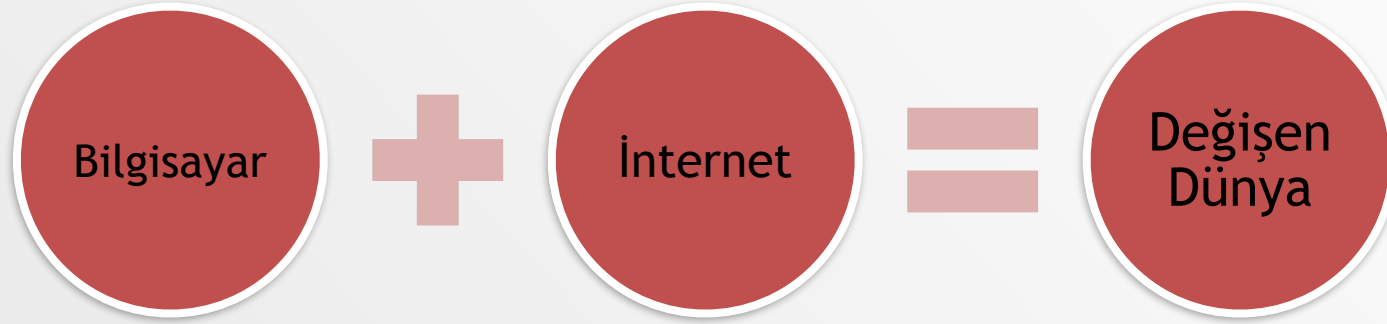
DÜNYANIN YENİ DİNAMİKLERİ

“Ağır sabanın bulunması, Avrupa düzlüklerinde gıda maddelerinin hızla artmasına ve nüfusun birikmesine yol açmıştır. Tarım alanlarının genişlemesi ile ortaya çıkan ürün fazlası, eski Akdeniz uygarlık merkezlerini çok aşacak olan Batı zenginliğinin, gücünün ve kültürünün temeli olacaktır.”

*Oral Sander, Siyasi Tarih, Batının Yükselmesinin Temel Nedenleri

DÜNYANIN YENİ DİNAMİKLERİ

Bugün dünyamızı hangi icatlar şekillendiriyor?



DÜNYANIN YENİ DİNAMİKLERİ

Bilgisayar Teknolojisi

Bilgisayarlar, bilgi depolamaya ve bu bilgiler arasında işlemler yapmaya, yapılan işlemler ile sonuçlara ulaşmaya imkân veren, çağımızın en önemli teknolojilerinden bir tanesidir.

Bilgisayarlar temelde **donanım** ve **vazılımdan** oluşur.

DÜNYANIN YENİ DİNAMİKLERİ

Bilgisayar Teknolojisi - Donanım



DÜNYANIN YENİ DİNAMİKLERİ

Bilgisayar Teknolojisi - Yazılım

```
settings[0].compareTo("");  
if (name.compareTo("") != 0) {  
    name += " ";  
}  
name += etr.getString(settings[1]);  
else if (settings[0].compareTo("d") == 0) {  
    if (name.compareTo("") != 0) {  
        name += " ";  
    }  
    name += DateUtils.format(etr.getDate(settings[1]));  
} else if (settings[0].compareTo("n") == 0) {  
    if (name.compareTo("") != 0) {  
        name += " ";  
    }  
    name += etr.getDouble(settings[1]);  
} else if (settings[0].compareTo("f") == 0) {  
    if (name.compareTo("") != 0) {  
        name += " ";  
    }  
    name += NumberFormat.format(etr.getDouble(settings[1]));  
}
```

DÜNYANIN YENİ DİNAMİKLERİ

Bilgisayar Teknolojisi

Donanımdaki gelişmeler boyutları küçültüp, bilgisayarların kapasitesini artırırken seri üretimle fiyatlar düşmüştür.

Yazılımdaki gelişmeler ile bilgisayarlar herkes tarafından kullanılabilir hale gelmiş, ayrıca yapılabilecek işler çeşitlenmiştir.

DÜNYANIN YENİ DİNAMİKLERİ

İnternet Teknolojisi

İnternet kısaca “Mevcut bilgisayarları çeşitli ağlarla birbirlerine bağlayıp söz konusu bilgisayarlar arasında bilginin depolanmasını ve paylaşılmasını sağlayan elektronik bir dil ve kurallar bütünü” olarak tanımlanabilir.

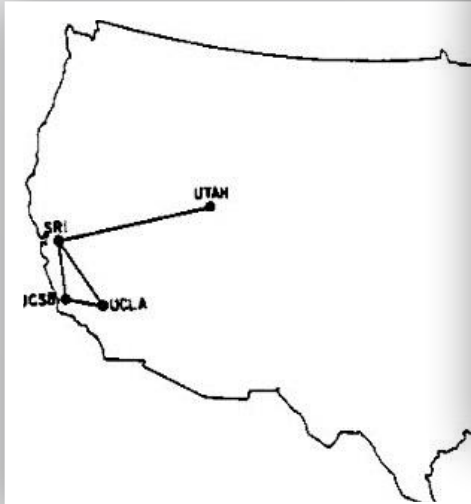
DÜNYANIN YENİ DİNAMİKLERİ

İnternet Teknolojisi

Modern internetin temelini oluştursa da ArpaNet küçük bir ağdan oluşuyordu. Sadece 4 üniversite ile ABD Savunma Bakanlığı birbirine bağlanabilmişti. ArpaNet, kullanılmaya başlandığı 1969 yılında sadece 4 noktayı birleştiren bir ağ görünümündeydi.

DÜNYANIN YENİ DİNAMİKLERİ

İnternet Teknolojisi



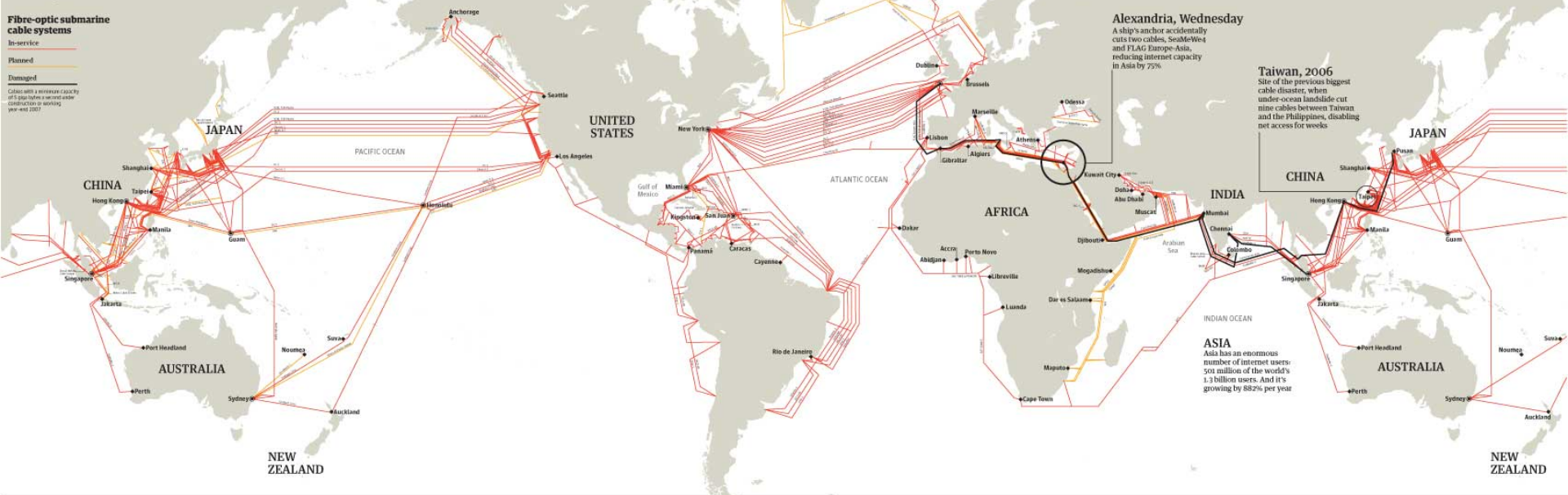
29 Oct 69	2100	LOADED OP. PROGRAM	CSK
		FOR BEN BARKER	
		BBV	
	22:30	Talked to SRI	CSK
		Host to Host	
		Left op. program	CSK
		running after sending	
		a host dead message	
		to imp.	

The vast majority of the world's communications are not carried by satellites but an altogether older technology: cables under the earth's oceans. As a ship accidentally wipes out Asia's net access, this map shows how we rely on collections of wires of less than 1cm diameter to link us all together

Fibre-optic submarine cable systems

In-service
Planned
Damaged

Global sea's aggregate capacity of 3.5 petabits a second under construction by early year-end 2012

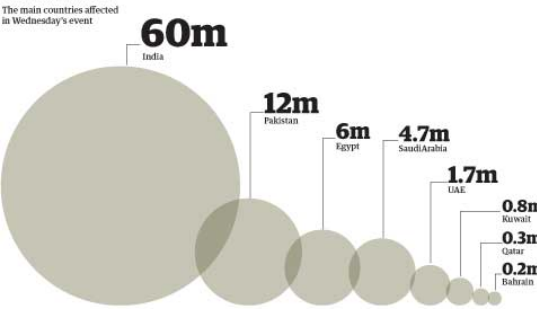


Alexandria, Wednesday
A ship's anchor accidentally cuts two cables, SeaMeWe4 and FLAG Europe-Asia, reducing internet capacity in Asia by 25%

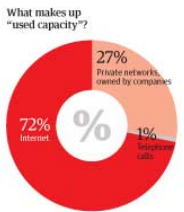
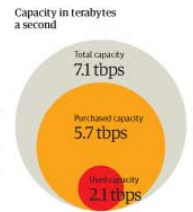
Taiwan, 2006
Site of the previous biggest cable disaster, when under-ocean landslide cut nine cables between Taiwan and the Philippines, disabling net access for weeks

ASIA
Asia has an enormous number of internet users: 501 million of the world's 1.3 billion users. And it's growing by 882% per year

Internet users affected by the Alexandria accident



World cable capacity
Submarine cable operators light (turn on) capacity on their systems to sell bandwidth to other carriers. Carriers buy extra capacity, mainly to hold in reserve. On the trans-Atlantic route 80% of the bandwidth is purchased, but only 25% is used



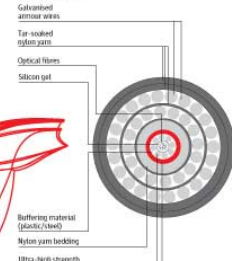
The longest submarine cables
The SeaMeWe-3 system from Norden in Germany to Keeloo, South Korea connects 32 different countries with 39 landing points

SeaMeWe-3	39,000 km
Southern Cross	30,500 km
China-US	30,476 km
FLAG Europe-Asia	28,000 km
South America-1	25,000 km

The world's cables in bandwidth
The first intercontinental telephony submarine cable system, TAT-1, connected North America to Europe in 1958 and had an initial capacity of 640,000 bytes per second. Since then, total trans-Atlantic cable capacity has soared to over 7 million tps



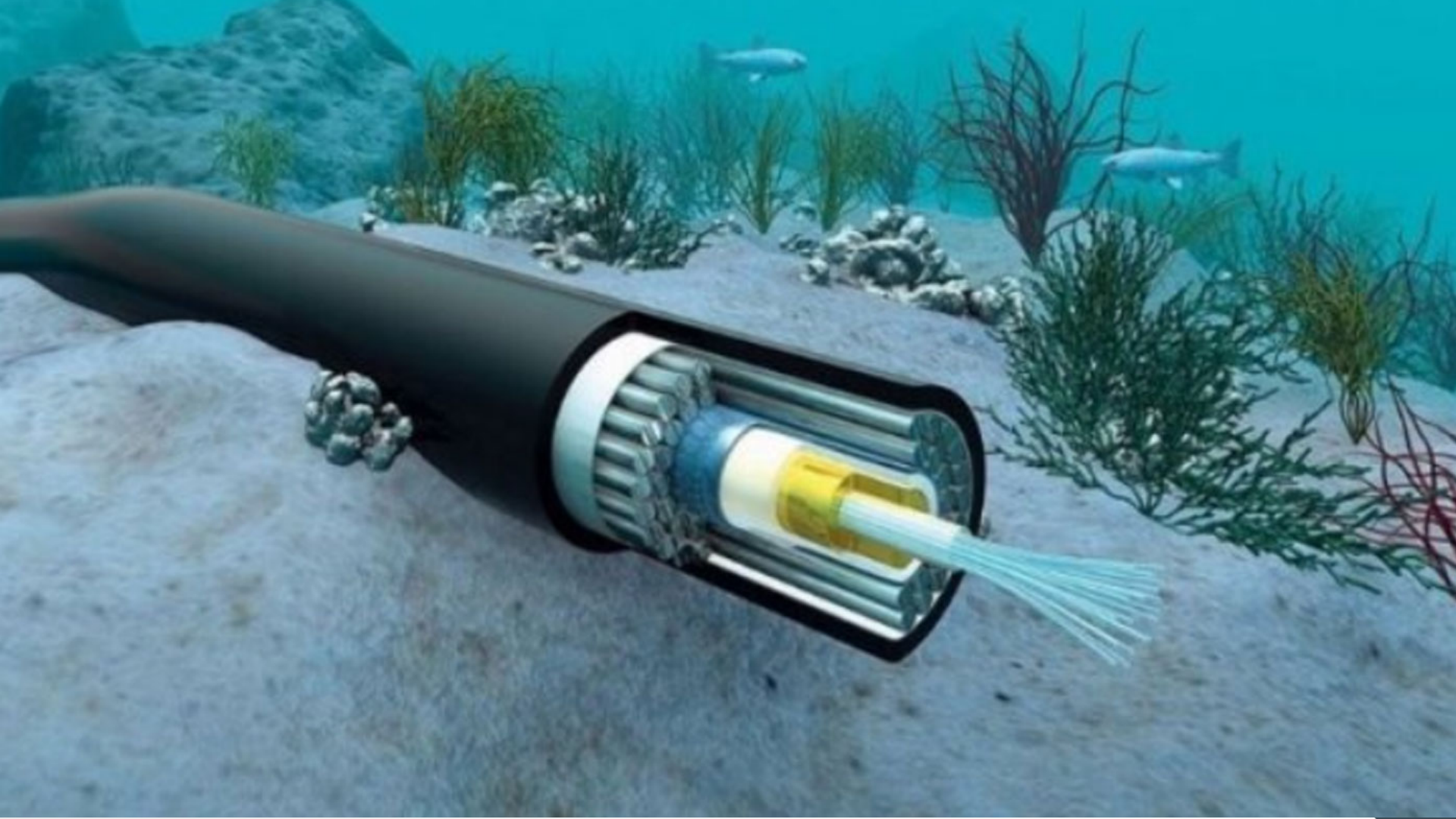
Cross-section of a cable
Cables of this strength are typically 69 mm in diameter and weigh over 10,000 kilograms a kilometer. In deep waters, lighter and less insulated cables are used











YENİ DÜNYANIN TEMEL DİNAMİKLERİ

- **SIR TIM BERNERS-LEE**

Sir Tim Berners-Lee 1989'da CERN laboratuvarlarında HTML işaretleme dilini geliştirerek World Wide Web (WWW) olarak da tanımlanan bilgi paylaşım sistemini kuran bilgisayar profesörüdür.

'İnternetin babası' kabul edilir. Aynı zamanda ilk internet tarayıcısı yazılımını, 1990'da geliştirmiştir. 1994 yılında internetin standartları dünya çapında belirleyecek açık bir kurum olan W3C'yi kurmuştur. Halen de bu kurumun başındadır.

YENİ DÜNYANIN TEMEL DİNAMİKLERİ



YENİ DÜNYANIN TEMEL DİNAMİKLERİ

- **Teknolojinin Sosyalleşmesi...**

“Zamanla ürün ve hizmetler geliştikçe fiyatlarının düşmesi.”

DÜNYADA İNTERNET KULLANIMI

TOPLAM DÜNYA
NÜFUSU



7.77
MİLYAR

MOBİL TELEFON
KULLANIMI



5.16
MİLYAR
(%66)

AKTİF İNTERNET
KULLANICI SAYISI



4.57
MİLYAR
(%59)

AKTİF SOSYAL MEDYA
KULLANICI SAYISI



3.81
MİLYAR
(%49)

DÜNYA İNTERNET KULLANIMI (DEĞİŞİM)

TOPLAM DÜNYA
NÜFUSU



%1.1

+82.000.000

(Nisan 2019-2020)

MOBİL TELEFON
KULLANIMI



%2.5

+128.000.000

(Nisan 2019-2020)

AKTİF İNTERNET
KULLANICI SAYISI



%7.1

+301.000.000

(Nisan 2019-2020)

AKTİF SOSYAL MEDYA
KULLANICI SAYISI



%8.7

+304.000.000

(Nisan 2019-2020)

İNTERNETE ERİŞİLEN CİHAZLAR

MOBİL TELEFONLAR



%52

ARTIŞ: %3.2

(Nisan 2019-2020)

DİZÜSTÜ ve MASAÜSTÜ
BİLGİSAYARLAR



%45.3

DÜŞÜŞ: 3.7

(Nisan 2019-2020)

TABLETLER



%2.7

DÜŞÜŞ: %33

(Nisan 2019-2020)

OYUN KONSOLLARI
ve DİĞERLERİ



%0.12

ARTIŞ: %9.1

(Nisan 2019-2020)

YENİ DÜNYANIN TEMEL DİNAMİKLERİ

*Dün, bugün... Peki,
yarın?*

‘Teknolojiler yalnızca insanların kullandığı icatlar değildir, insanları yeniden icat eden araçlardır.’

Marshall McLuhan

YENİ DÜNYANIN TEMEL DİNAMİKLERİ



SOSYAL MEDYA KAVRAMI

Bölüm II

"SOSYAL MEDYA" KAVRAMI

- Sözlüklere bakacak olursak; '*Sosyal*' toplumla ilgili, toplumsal, içtimai anlamına geliyor. '*Medya*' ise iletişim kurmaya yarayan ortamlar olarak tanımlanıyor.
- Bu iki tanımdan yola çıkarak '*Sosyal Medya*'yı '*toplumu oluşturan kişilerin kendilerinin ürettiği içeriği doğrudan yayınladığı ve paylaştığı her türlü platformun genel adı*' olarak tanımlayabiliriz.

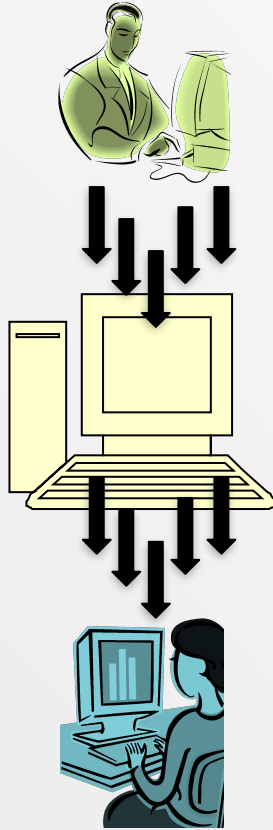
İNTERNETTE YENİ BOYUT: WEB 2.0

Tim Berners Lee ile internette okumaya, izlemeye başladık.

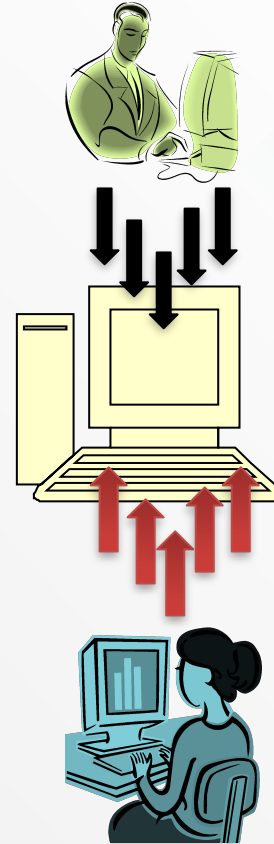
Ancak yazmaya, paylaşmaya başlamamız için yeni bir devrim gerekiyordu:

Web 2.0

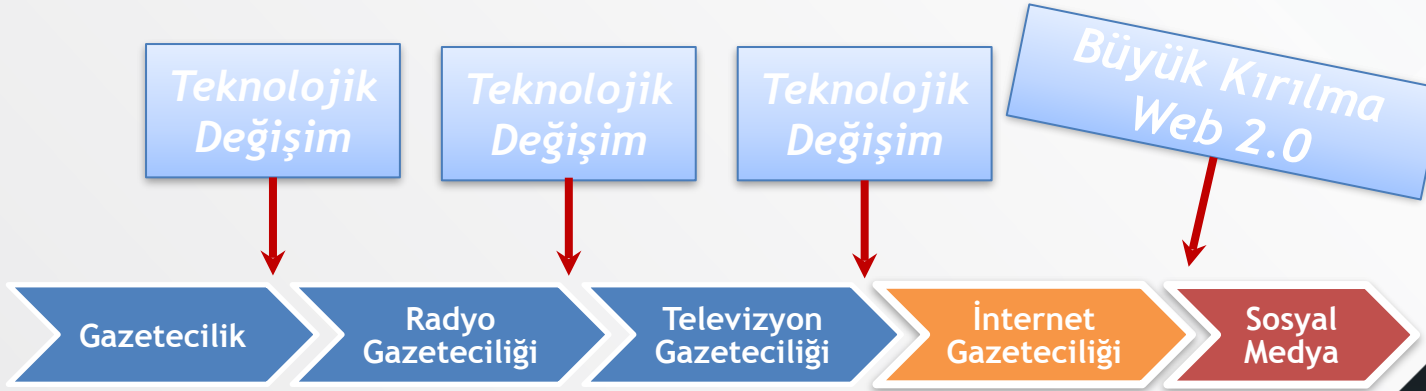
Web 1.0



Web 2.0



WEB 2.0 İLE BÜYÜK KIRILMA



KLASİK MEDYA VE SOSYAL MEDYA

- **Sosyal Medyanın Fark ve Avantajları**
 - Erişebilirlik
 - Kullanılabilirlik
 - Kısa sürede geri dönüş
 - Güncellenebilirlik

KLASİK MEDYA VE SOSYAL MEDYA

- **Sosyal Medyanın Fark ve Avantajları**

- **Erişebilirlik:** Klasik medya için üretim yapmak genellikle özel şirketlerin ve hükümetlerin sahipliğindedir; sosyal medya araçları genel olarak herkes tarafından az veya hiç maliyetle kullanılabilir.

KLASİK MEDYA VE SOSYAL MEDYA

- **Sosyal Medyanın Fark ve Avantajları**
 - **Kullanılabilirlik:** Klasik medya üretimi çoğunlukla eğitim ve uzmanlaşma gerektirmektedir. (Kurgu, canlı yayın araçları vs.) Sosyal medyada bu tamamen değişmiş ve yenidir. Herkesin üretimde bulunması istenir.

KLASİK MEDYA VE SOSYAL MEDYA

- **Sosyal Medyanın Fark ve Avantajları**
 - **Kısa sürede geri dönüş:** Klasik medya iletişimlerinde meydana gelen zaman farkı (günler, haftalar, hatta aylar) anında etki ve tepkisi olan sosyal medya ile kıyaslandığında uzun olabilmektedir.

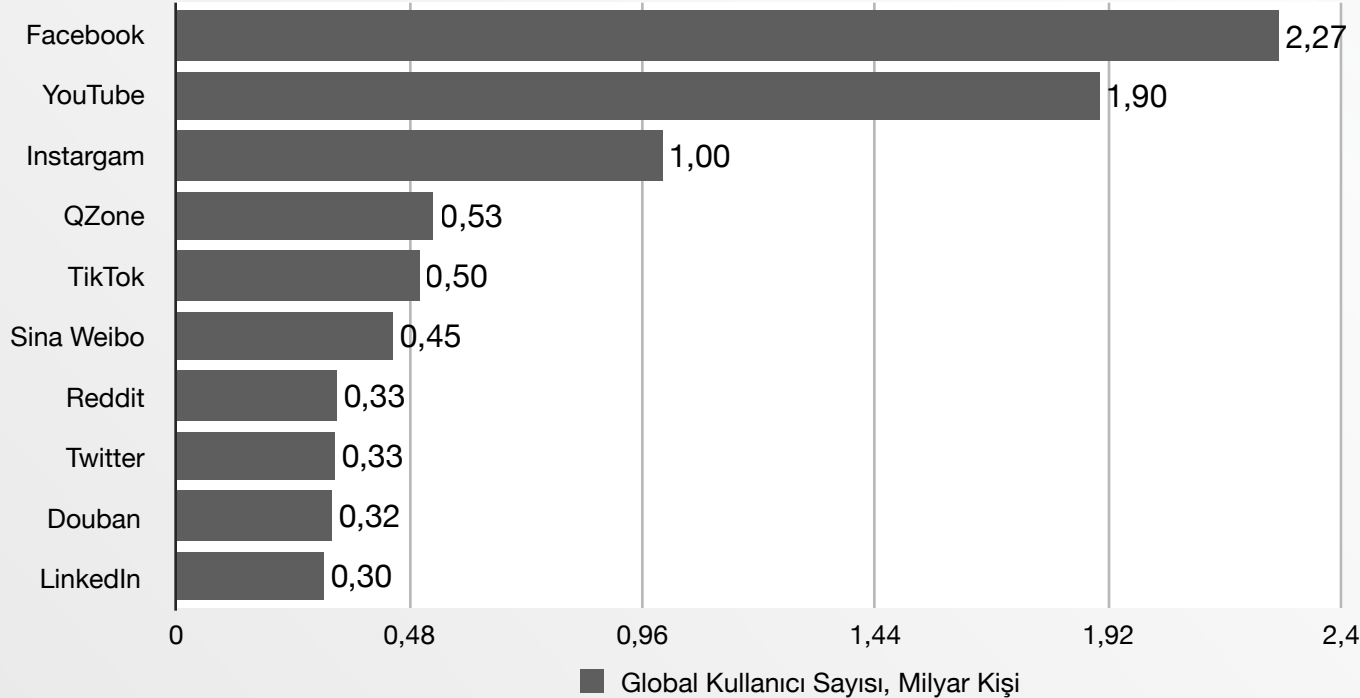
KLASİK MEDYA VE SOSYAL MEDYA

- **Sosyal Medyanın Fark ve Avantajları**
 - **Güncellenebilirlik:** Klasik medya çoğu zaman sonradan değiştirilemez (Bir dergi makalesi üzerinde değişiklik yapılamaz), oysa sosyal medyada çoğu zaman içerikler kısa sürede güncellenebilir.

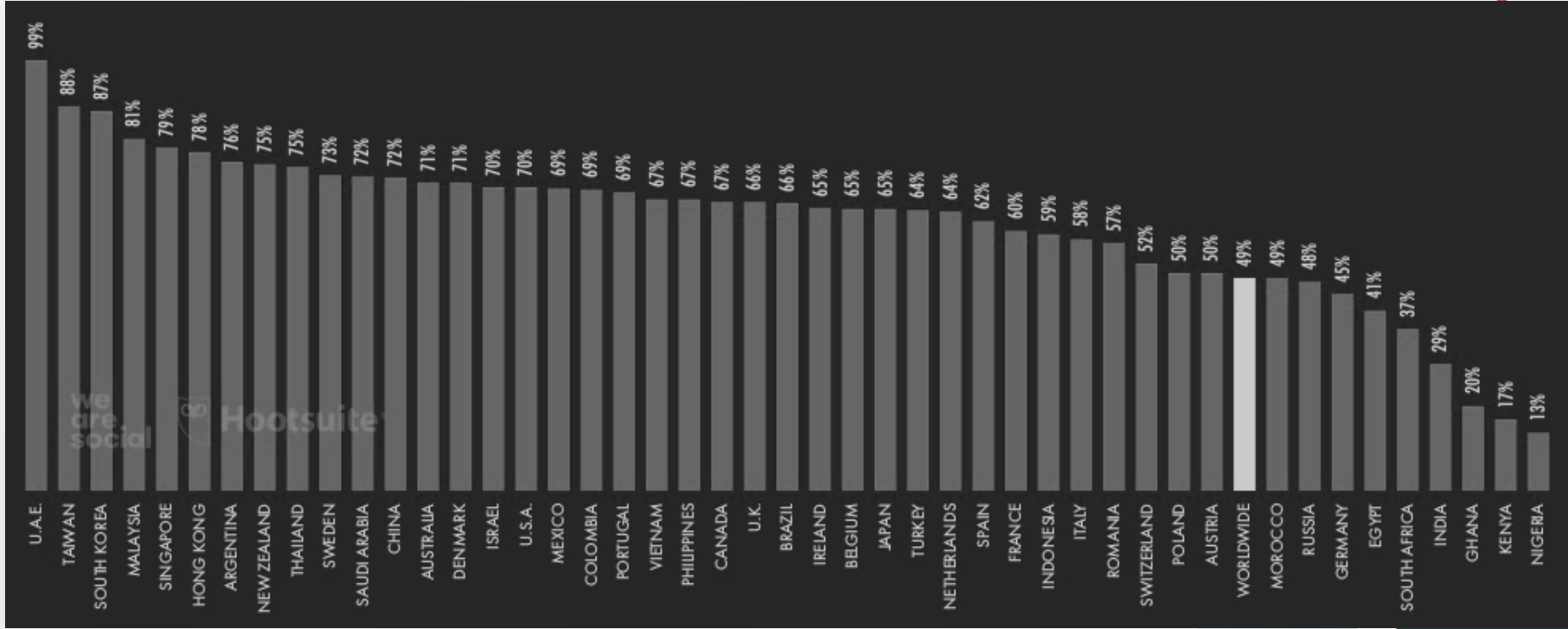
POPÜLER SOSYAL MECRALAR

Bölüm III

POPÜLER SOSYAL MECRALAR - DÜNYA



SOSYAL MEDYA ERIŞİMİ - DÜNYA



POPÜLER SOSYAL MECRALAR DÜNYA

2016-2019 En Çok Kullanıcıya Sahip Sosyal Mecralar (Dünya)

2016	2017	2018	2019
Facebook	Facebook	Facebook	Facebook
QZone	YouTube	YouTube	YouTube
Tumblr	QZone	Instagram	Instagram
Instagram	Tumblr	Tumblr	QZone
Twitter	Instagram	QZone	TikTok
Baidu Tieba	Baidu Tieba	Sina Weibo	Sina Weibo
Sina Weibo	Baidu Tieba	Twitter	Reddit
YY	Pinterest	Baidu Tieba	Twitter
VKontakte	YY	LinkedIn	Douban
Pinterest	LinkedIn	Reddit	LinkedIn

POPÜLER SOSYAL MECRALAR - TÜRKİYE

En Popüler Sosyal Medya Siteleri/Uygulamaları (Türkiye)

Sıra	Sosyal Mecra	Kullanım Oranı
1	YouTube	%92
2	Instagram	%84
3	Facebook	%82
4	Twitter	%58
5	SnapChat	%31
6	LinkedIn	%30
7	Pinterest	%28
8	Tumblr	%21
9	Twitch	%20
10	Reddit	%13

POPÜLER SOSYAL MECRALAR - TÜRKİYE

2016-2019 En Çok Kullanıcıya Sahip Sosyal Mecralar (Türkiye)

2016	2017	2018	2019
YouTube	YouTube	YouTube	YouTube
Facebook	Facebook	Facebook	Instagram
Twitter	Instagram	Instagram	Facebook
Instagram	Twitter	Twitter	Twitter
Google +	Google +	Google +	Snapchat
LinkedIn	LinkedIn	LinkedIn	LinkedIn
Vine	Pinterest	Pinterest	Pinterest
	Snapchat	Tumblr	Tumblr
	Tumblr	Snapchat	Twitch
			Reddit

YOUTUBE

Bölüm III-A

Popüler Sosyal Mecralar - YouTube

Sosyal medyanın video alanındaki lideri **YouTube** olarak karşımıza çıkmaktadır. **Şubat 2005**'te kurulan site popülerliğini artırarak sürdürmektedir.

YouTube'ta bireysel ve kurumsal olarak (marka hesabı) kanal açma şansımız bulunmaktadır. Kurumların YouTube'taki yüzü kanalınızdır. Kanalınızı uygun ve sizi en iyi şekilde yansıtacak şekilde tasarlamamız gerekmektedir.

Popüler Sosyal Mecralar - YouTube

- **YouTube'da başarılı olmak için 10 adım**
 - Kanalınızın temel bileşenlerini tamamlayın.
 - Paylaşılabilir videolar üretin.
 - Videolarınızı periyodik olarak yayınlayın.
 - İlgilendiğiniz konuları belirleyin, dışına çıkmayın.
 - İzleyiciyle iletişim kurun.

Popüler Sosyal Mecralar - YouTube

- **YouTube'da başarılı olmak için 10 adım**
 - Etkileşimi arttırın.
 - Diğerlerini izlemeyi ihmal etmeyin.
 - İşbirliğinden çekinmeyin.
 - İnsanların sizi bulmalarını sağlayın.
 - Diğer sosyal mecralarda da aktif olun.

YouTube'da Başarılı Olmak İçin 10 Adım

✓ Kanalınızın temel bileşenlerini tamamlayın

YouTube'ta başarılı olmak için kanalınızın temel bileşenlerini doğru şekilde oluşturmalsınız. Öncelikle profil ve kapak görselini profesyonel şekilde hazırla(t)malısınız. Kanalınızın hakkında bölümüne yaptığınız işi en iyi şekilde anlatmalı, buradaki sosyal medya bağlantılarını aktif hale getirmelisiniz.

YouTube'da Başarılı Olmak İçin 10 Adım

☑ Paylaşılabilir videolar üretin

Sosyal medyada kitlenizi geliştirmek, daha fazla takipçi ya da abone istiyorsanız en büyük yardımcılarınızdan birisi paylaşılabilir içerikler olacaktır.

Tüm sosyal mecralarda paylaşılabilir içerik üretmek, viralleşme etkisinden yararlanmak, reklamlar kadar ve hatta kimi zamanlarda çok daha katkı sağlayabilir.

YouTube'da Başarılı Olmak İçin 10 Adım

✓ Videolarınızı periyodik olarak yayınlayın

YouTube'da bir paylaşım periyodunuz var mı?

Bir yayın periyodunuz olduğu zaman, tüm abone ve izleyicileriniz sizin yeni videonuzun ne zaman yayınlanacağını öngörebilir. Böylelikle büyük çoğunluğu yüklediğiniz yeni videoları izlemek için kanalınıza yeniden geleceklerdir.

YouTube'da Başarılı Olmak İçin 10 Adım

☑ İlgilendiğiniz konuları belirleyin, dışına çıkmayın

Bilgili ve ilgili olduğunuz konularda video hazırlamak, bilgisiz ve ilgisiz olduğunuz konularda video hazırlamaktan çok daha keyifli ve kolay olacaktır.

YouTube'ta başarı için bu da önemli bir noktadır.

YouTube'da Başarılı Olmak İçin 10 Adım

✓ İzleyici ile doğrudan iletişim kurun

Videonuzda izleyicinize seslenmekten çekinmeyin. İzleyici ile doğrudan iletişim kurun. Onlara sorular sorun, yanıtlar vermelerini isteyin.

YouTube'un yorum özelliği izleyicilerinizin size yazılı olarak yanıt vermesine olanak sağlıyor.

YouTube'da Başarılı Olmak İçin 10 Adım

✓ Etkileşimi Artırın

İnsanların videolarınızın altına yaptıkları yorumlara kayıtsız kalmayın. Etkileşimi arttırmak için yorumlara yazılı olarak da yani siz de yorum yaparak cevap verin. Sizin hakkınızda merak ettikleri konularda onları aydınlatmaktan çekinmeyin.

Ne kadar çok yorum alırsanız, o kadar çok etkileşim!

YouTube'da Başarılı Olmak İçin 10 Adım

✓ Diğerlerini İzleyin ve A/B Testleri Yapın

YouTube'ta başarı için önemli bir tavsiye de özgün olmak ve başkalarını taklit etmemektir. Ancak bu tavsiye başarılı YouTube kullanıcılarını izlemenize ve yaptıklarından dersler çıkartmanıza da bir engel değil!

Başarılı kanalları ve videoları izleyerek analizler çıkartın.

YouTube'da Başarılı Olmak İçin 10 Adım

☑ İşbirliğinden Çekinmeyin

YouTube'ta başarılı olmuş kanallarla ortak projeler geliştirin. Farklı kanallar arasında birlikte proje geliştirmek herkes için kazançlı olacaktır.

Kitlenizi hızla büyütmek için size benzer kitleleri bulunan hesapların yöneticileriyle iletişime geçin ve kitlelerinizi birlikte büyütün.

YouTube'da Başarılı Olmak İçin 10 Adım

✓ YouTube'da Bulunabilir Olun (YouTube SEO)

YouTube bir video paylaşım mecrasıdır. Bu mecrada ilgilendiğimiz konularda videolar ararız. Aramalarda üst sıralarda yer alanlar daha fazla izlenecektir.

YouTube aramalarında üst sıralarda yer almak için gerekli nicelik ve nitelikte içerikler oluşturmalısınız.

YouTube'da Başarılı Olmak İçin 10 Adım

✓ Diğer Sosyal Mecralarda Aktif Olun

Kitle gelişiminizi sadece YouTube'la sınırlamayın. Sadece bir sosyal mecra da aktif olmaktansa birçok mecra da aktif olmaya ve kitle geliştirmeye çalışın.

Örneğin sadece YouTube'da değil Facebook, Twitter ve Instagram'da da kendinizi gösterin. Videolarınızı mutlaka diğer sosyal mecralarda da paylaşın.

YouTube Uygulama Atölyesi

- ▶ Kanal Bileşenlerinin Tamamlanması
- ▶ Kanal Düzeninin Aktifleştirilmesi
- ▶ Video Ekleme
- ▶ Videonun Temel Bileşenlerinin Tamamlanması
- ▶ Etiket ve SEO (Search Engine Optimization)
- ▶ Playlist (Çalma Listesi) Oluşturulması
- ▶ Kanal Ana Sayfasının Düzenlenmesi
- ▶ Marka Bilinci İçin Gerekli Ayarların Yapılması

YouTube Uygulama Atölyesi

- ▶ Yükleme Varsayılanlarının Ayarlanması
- ▶ Videolarda Toplu İşlemler (Video Yöneticisi)
- ▶ Açıklama ve Kart Ayarları
- ▶ Telif Bildirimlerinin Takip Edilmesi
- ▶ YouTube Analytics (Özet)
- ▶ YouTube için Google AdSense (Özet)
- ▶ Topluluk ve Yorum Denetimi

Sosyal Medya Görsel Ölçüleri

- YouTube

Profil Görseli: 800px x 800px

Kapak Görseli: 2560px x 1440px

Video Kapak Görseli: 1280px x 720px

Not: Stok Fotoğraf Kullanımı (pixabay.com/tr)

FACEBOOK

Bölüm III-B

POPÜLER SOSYAL MECRALAR - FACEBOOK

Facebook, 4 Şubat 2004 tarihinde, ABD'de yayına başlamıştır.

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de popüler sosyal ağ olarak (Dünya genelinde 1., Türkiye'de 3. sırada) dikkat çekmektedir.

POPÜLER SOSYAL MECRALAR - FACEBOOK

NUMBER OF PEOPLE THAT
FACEBOOK REPORTS
CAN BE REACHED WITH
ADVERTS ON FACEBOOK



we
are
social

1.95
BILLION

SHARE OF POPULATION
AGED 13+ THAT MARKETERS
CAN REACH WITH
ADVERTS ON FACEBOOK



32%

QUARTER-ON-
QUARTER CHANGE
IN FACEBOOK'S
ADVERTISING REACH



+1.0%

PERCENTAGE OF
ITS AD AUDIENCE
THAT FACEBOOK
REPORTS IS FEMALE*



44%

PERCENTAGE OF
ITS AD AUDIENCE
THAT FACEBOOK
REPORTS IS MALE*



56%

POPÜLER SOSYAL MECRALAR - FACEBOOK

#	COUNTRY	REACH	▲ QOQ	▲ QOQ	#	COUNTRY	REACH	▲ QOQ	▲ QOQ
01	INDIA	260,000,000	-3.7%	-10,000,000	13	PAKISTAN	33,000,000	+3.1%	+1,000,000
02	U.S.A.	180,000,000	0%	[UNCHANGED]	14	COLOMBIA	32,000,000	0%	[UNCHANGED]
03	INDONESIA	130,000,000	+8.3%	+10,000,000	15	FRANCE	31,000,000	0%	[UNCHANGED]
04	BRAZIL	120,000,000	0%	[UNCHANGED]	16=	ARGENTINA	29,000,000	0%	[UNCHANGED]
05	MEXICO	84,000,000	+2.4%	+2,000,000	16=	ITALY	29,000,000	0%	[UNCHANGED]
06	PHILIPPINES	70,000,000	+2.9%	+2,000,000	18	GERMANY	28,000,000	0%	[UNCHANGED]
07	VIETNAM	61,000,000	+1.7%	+1,000,000	19	NIGERIA	24,000,000	+4.3%	+1,000,000
08	THAILAND	47,000,000	0%	[UNCHANGED]	20=	MALAYSIA	22,000,000	0%	[UNCHANGED]
09	EGYPT	38,000,000	+2.7%	+1,000,000	20=	PERU	22,000,000	0%	[UNCHANGED]
10=	TURKEY	37,000,000	0%	[UNCHANGED]	22=	CANADA	21,000,000	0%	[UNCHANGED]
10=	U.K.	37,000,000	0%	[UNCHANGED]	22=	MYANMAR	21,000,000	+5.0%	[UNCHANGED]
12	BANGLADESH	34,000,000	+6.3%	+2,000,000	22=	SPAIN	21,000,000	-4.5%	[UNCHANGED]

FACEBOOK'TA TEMEL MECRALAR

Facebook'ta dijital pazarlama için temel mecralar profil, sayfa, grup ve etkinliktir.

- Profil
- Sayfa
- Grup
- Etkinlik

FACEBOOK PROFİLİ

Facebook'ta sadece gerçekte kişiler hesap açabilmektedir.

Facebook; kurum, kuruluş veya tüzel kişilerin "kişi profili" açarak mecrada yer almasını engellemekte, **bu tür hesapları kapatmaktadır.**

FACEBOOK SAYFASI

Facebook'ta kurum, kuruluş veya tüzel kişilikler için kişi profili değil «Sayfa» oluşturulmalıdır.

Facebook'ta sayfalar tüzel kişilikleri temsil edebilirler ama arkalarında gerçek kişiler yer almaktadır. Bir Sayfa oluşturmak veya bir Sayfanın yönetilmesine yardımcı olmak için bir profilinizin olması gerekir.

FACEBOOK PROFİL ÖRNEĞİ

Mark Zuckerberg

Takip Et Mesaj

Zaman Tüneli Hakkında Arkadaşlar Fotoğraflar Diğer

Herkese açık güncellemelerinin Haber Kaynağında çıkması için Mark'ı takip et. Takip Et

112.078.104 Takipçi

Künye
Bringing the world closer together.

- Facebook'ta Founder and CEO
- Chan Zuckerberg Initiative'de çalışıyor
- Harvard University'de Computer science okudu
- Palo Alto'da yaşıyor
- Priscilla Chan ile evli

Mark Zuckerberg
5 Haziran, 15:35

Our 13th data center will be built in Eagle Mountain, Utah. All our new data centers are powered with 100% clean and renewable energy.

As important as using renewable energy is using as little energy as possible. So today we're making our data centers more efficient with a new cooling system we've helped develop that will reduce the amount of water our data centers use to cool servers by more than 20% in hot climates and almost 90% in cooler climates. This new technology will allow us to build data centers in places we couldn't before -- helping us support more jobs and our growing

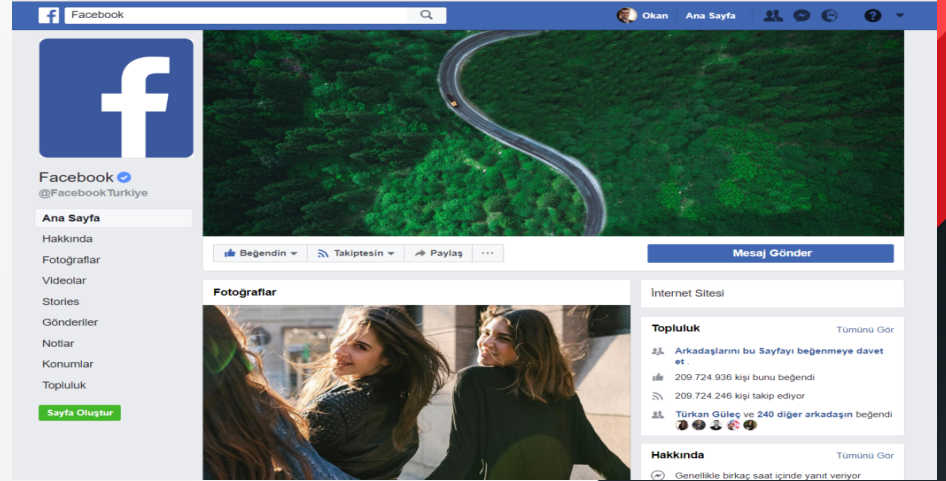
FACEBOOK SAYFA ÖRNEĞİ

The screenshot displays the Facebook interface for the 'Facebook' page. The header includes the Facebook logo, a search bar, and navigation options like 'Okan', 'Ana Sayfa', and various icons. The main content area features a large scenic image of a winding road through a lush green forest. Below this image are interaction buttons: 'Beğendin', 'Takiptesin', 'Paylaş', and 'Mesaj Gönder'. The left sidebar contains navigation links such as 'Ana Sayfa', 'Hakkında', 'Fotoğraflar', 'Videolar', 'Stories', 'Gönderiler', 'Notlar', 'Konular', and 'Topluluk', along with a 'Sayfa Oluştur' button. The right sidebar shows 'İnternet Sitesi', 'Topluluk' statistics (209,724,936 likes, 209,724,246 tags, and 240 other likes), and 'Hakkında' information (Genellikle birkaç saat içinde yanıt veriyor).

FACEBOOK PROFİL ve SAYFALARI



Facebook
Profili



Facebook
Sayfası

FACEBOOK PROFİL ve SAYFALARI

Facebook'ta tüzel kişilikler için:



Profil vs. Sayfa

FACEBOOK PROFİL ve SAYFALARI

Facebook Sayfasının Avantajları

- 5.000'den fazla kişiye erişim
- Sayfaya yönetici ekleme şansı
- Etkinlik oluşturma şansı
- İşletme profili oluşturma şansı
- İstatistikleri görebilme şansı

FACEBOOK PROFİL ve SAYFALARI

- **Facebook Profil Yönetimi**

Facebook'ta başarılı bir profil oluşturmak, iş ve sosyal hayatınızda kişisel markanızı daha iyi temsil etmenizi sağlar. Facebook'taki kişi profilinizde görseller ve içerik paylaşımına önem göstermeniz yararınıza olabilir.

FACEBOOK PROFİL ve SAYFALARI

- **Facebook Profili Ne kadar önemli?**

Gent Üniversitesi'nde (Belçika) Facebook profilinin kariyer üzerindeki etkisi araştırıldı. 2.112 kurgusal CV ile iş başvurusu yapıldı. Özgeçmişlerin yer aldığı dosyaya fotoğraf konulmadı. Ancak başvuru sahibi kişiler adına birer Facebook profili açıldı.

FACEBOOK PROFİL ve SAYFALARI

- **Facebook Profili Ne kadar önemli?**

Facebook fotoğrafı ve profilleri özenle düzenlenmiş adaylar, **%21 daha olumlu tepki** gördü. Söz konusu bu adayların iş görüşmelerine çağrılma oranı **%40 daha fazla oldu.**

FACEBOOK PROFİL YÖNETİMİ ve KARIYER

- **Facebook Profili Ne kadar önemli?**

Türkiye'de firmaların %58'i işe alacağı kişinin sosyal medya hesaplarını inceliyor.

Şirketlerin en çok izlediği sosyal medya ağları %45 ile Facebook, %35 ile Twitter ve %15 ile LinkedIn oluyor.

FACEBOOK PROFİL YÖNETİMİ ve KARIYER

Sosyal medyada olumlu etki için;

- Mesleki birikimlerin paylaşılması - %36
- Özel hayata girmeden kısıtlı bilgi ve fotoğraf paylaşılması - %28
- Genel bilgilerinin güncel olması
- STK'lara yardımla ilgili içerik paylaşılması
- Şirketin sayfasını beğenmiş olması

FACEBOOK PROFİL YÖNETİMİ ve KARIYER

Sosyal medyada olumsuz etki için;

- Şirket ya da çalışanları hakkında eleştiri - %29
- Kurumsal kimliğine zarar verecek içerikler - %23
- İnanç ve siyasi görüş paylaşımı - %20
- Mesai saati içinde çok sık mesaj ve fotoğraf paylaşmak
- Paylaşılan fotoğraflarda özel hayatın deşifre edilmesi

FACEBOOK PROFİLİ İÇİN KULLANICI ADI

Facebook profilinize doğrudan erişilebilecek bir url alabilirsiniz. (Ayarlar/Genel/KullanıcıAdı)

www.facebook.com/okanyuksel

* Sonradan da değişiklik yapılabilir.

** Hesap adlarınızın benzer olması önemlidir. Facebook, Twitter, Instagram ve YouTube'da da benzer url kullanılmalıdır. (Marka alığı.)

FACEBOOK PROFİLİ İÇİN ÖLÇÜLER

Profil Görseli: 180px x 180px

Profil Kapak Görseli: 851px x 315px

Paylaşım Görseli: 1200px x 630px

FACEBOOK PROFİL GÖRSELİ



FACEBOOK GRUPLARI

- **Facebook'ta Topluluk Geliştirmek İçin Gruplar**
 - Grup Açma
 - Grubu Yönetme
 - Grup Ayarlarını Düzenleme

POPÜLER SOSYAL MECRALAR

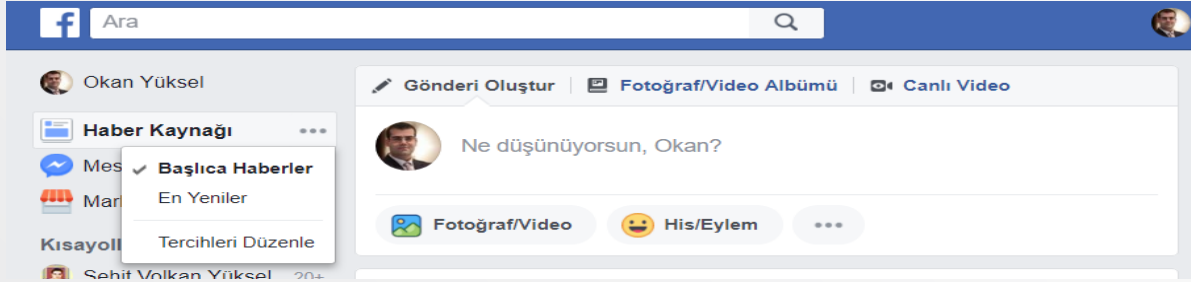
- Facebook'ta hesap varisi atanması

Twitter'da «Ayarlar» başlığı altında yer alan «Genel» bölümünden hesabınız için bir varis atayabilirsiniz.

- Hesap vârisi, vefat etmeniz durumunda hesabınızı yönetmesi için seçtiğiniz kişidir. Zaman tünelinin başına bir gönderi tutturmak, yeni arkadaşlık isteklerini yanıtlamak ve profil resmini güncellemek gibi şeyler yapabilecektir. Hesap vârisi, kişi adına paylaşımda bulunamayacak ve kişinin mesajlarını göremeyecektir.

POPÜLER SOSYAL MECRALAR

- Facebook'ta 'Haber Kaynağı' Ayarları



FACEBOOK'TA SAYFA YÖNETİMİ

- Sayfa Açmak İçin

Facebook'ta sayfa açmak 4 adımda, kolaylıkla mümkündür. Bir Sayfa oluşturmak için şu 4 adımı yapmalısınız:

1. facebook.com/pages/create adresine gidin.
2. Sayfa türü seçmek için tıklayın.
3. Gerekli bilgileri girin.
4. **Kullanmaya Başla**'ya tıklayın ve ekrandaki talimatları izleyin.

FACEBOOK'TA SAYFA YÖNETİMİ

- Profil Üzerinden Sayfa Açmak İçin

Profilinizi sadece 3 adımda bir Facebook Sayfasına dönüştürebilirsiniz. İzlemeniz gereken adımlar:

1. Profilinden Bir Facebook Sayfası Oluştur'a (<https://www.facebook.com/pages/create/migrate>) gidin.
2. Kullanmaya Başla'ya tıklayın ve ekrandaki talimatları izleyin.
3. Dönüştürme işlemi bittikten sonra yeni Sayfanız otomatik olarak yayınlanır.

FACEBOOK'TA SAYFA YÖNETİMİ

- Mevcut İki Sayfayı Birleştirmek İçin

Gerekli şartlar:

- Aynı şey için iki ayrı Facebook Sayfanız varsa, şu durumlarda bunları birleştirmeniz mümkün olabilir:
- Her iki Sayfada da yöneticiyseniz.
- Sayfalarınız benzer adlara sahipse ve aynı şeyi temsil ediyorsa.
- Fiziksel konumları olduğu durumlarda, her iki Sayfa da aynı adrese sahipse.

FACEBOOK'TA SAYFA YÖNETİMİ

- Mevcut İki Sayfayı Birleştirmek İçin

Yapılması gerekenler:

1. facebook.com/pages/merge adresine gidin.
2. Birleştirmek istediğiniz iki Sayfayı seçin ve **Devam'a** tıklayın.
3. **Birleştirme Talep Et'e** tıklayın.

Not: Sayfalarınızı birleştiremiyorsanız, bu durum Sayfalarınızın birleştirmeye uygun olmadığı anlamına gelir.

Not 2: Sayfa, Business Manager'da ise business.facebook.com/pages/merge adresine gidebilirsiniz.

FACEBOOK'TA SAYFA YÖNETİMİ

- Sayfa Görevleri

Bir Sayfa oluşturduğunuzda, otomatik olarak **Sayfa Yöneticisi** olursunuz. Bu da Sayfanın görünüşünü sadece sizin değiştirebileceğiniz ve Sayfa adına sadece sizin paylaşımda bulunabileceğiniz anlamına gelir. Yalnızca bir yönetici rolleri atayabilir ve diğer kişilerin rollerini değiştirebilir.

Sayfaları yöneten kişiler için **farklı görev türleri** bulunur. Bunlar: **Yönetici, Editör, Moderatör, Reklamveren, Analist.**

FACEBOOK'TA SAYFA YÖNETİMİ

- Sayfamı beğenen bir kişiyi nasıl kaldırırım?

Sayfanızı beğenen birini kaldırdığınızda, o kişi artık Sayfanızı beğenmiş olmayacaktır.

1. Sayfanızın üst kısmındaki **Ayarlar**'a tıklayın
2. Kişiler ve Diğer Sayfalar'a tıklayın
3. Kaldırmak istediğiniz kişinin adının yanındaki onay kutusuna tıklayın
4. Ayarlar simgesine tıklayın ve **Sayfa Beğenmelerinden Kaldır**'ı seçin

FACEBOOK'TA SAYFA YÖNETİMİ

- Sayfada Görevli Atama İşlemi

Sayfada ancak Yönetici iseniz görevli atama yetkiniz olur.

1. Sayfanızın üst kısmındaki **Ayarlar**'a tıklayın.
2. Sol sütunda **Sayfa Görevleri**'ne tıklayın.
3. Kutuya bir ad veya e-posta yazın ve açılan listeden görev vermek istediğiniz kişiyi seçin.
4. Açılır menüden bir görev seçmek için **Editör** seçeneğine tıklayın.
5. **Ekle**'ye tıklayın ve onaylamak için şifrenizi girin.

FACEBOOK'TA SAYFA YÖNETİMİ

- Sayfada Görevli Atama İşlemi

Sayfada ancak Yönetici iseniz görevli atama yetkiniz olur.

1. Sayfanızın üst kısmındaki **Ayarlar**'a tıklayın.
2. Sol sütunda **Sayfa Görevleri**'ne tıklayın.
3. Kutuya bir ad veya e-posta yazın ve açılan listeden görev vermek istediğiniz kişiyi seçin.
4. Açılır menüden bir görev seçmek için **Editör** seçeneğine tıklayın.
5. **Ekle**'ye tıklayın ve onaylamak için şifrenizi girin.

FACEBOOK'TA SAYFA YÖNETİMİ

- Sayfada Paylaşım Yapma

Yöneticisi, editörü olduğunuz veya beğendiğiniz bir sayfada içerik paylaşmak için:

1. Sayfanın zaman tüneline üstteki metin kutusuna gönderinizi yazın
2. Sağ üstteki **profil resminize tıklayın*** ve kendi adınızla ya da yönettiğiniz bir Sayfanın adıyla paylaşmayı seçin
3. Paylaş'a tıklayın

FACEBOOK'TA SAYFA YÖNETİMİ

- Sayfadaki Paylaşımları Kimler Görebilir?

Facebook Sayfaları herkesin erişimine açık alanlardır. Sayfayı görebilen herkes gönderinizi veya yorumunuzu görebilir.

Yönetici olduğunuz veya beğendiğiniz bir Sayfada içerik paylaştığınızda veya bir şeye yorum yaptığınızda, Haber Kaynağı'nda ve Facebook'taki başka yerlerde bununla ilgili bir haber yayınlanabilir.

FACEBOOK'TA SAYFA YÖNETİMİ

- Sayfalarda Bağış Kampanyası Düzenleme

Bağış kampanyaları şu anda sadece belirli türde Facebook profilleri ve Sayfalar tarafından kullanılabilir. Bunlardan bazıları şunlardır:

- Kişilere ait profiller
- Doğrulanmış tanınmış kişilere ait Sayfalar
- Doğrulanmış markalara ait Sayfalar
- Doğrulanmış kâr amacı gütmeyen kuruluşlara ait Sayfalar

FACEBOOK'TA SAYFA YÖNETİMİ

- Sayfalarda Bağış Kampanyası Düzenleme

Facebook Sayfalar'da bağış kampanyası ve bağış araçları sadece Amerika Birleşik Devletleri'nde (*Porto Riko dahil*) ve Avrupa'daki bazı ülkelerde (*Birleşik Krallık, İrlanda, Fransa, Almanya, İspanya, İtalya, Polonya, Hollanda, Belçika, İsveç, Portekiz, Danimarka, Norveç, Avusturya, Finlandiya ve Lüksemburg*) bulunan hayır kurumları tarafından kullanılabilir.

Türkiye bağış kampanyası kapsamına dahil değildir. Ancak ortaklıklarla bu giderilebilir.

FACEBOOK'TA SAYFA YÖNETİMİ

- Doğrulanmış Sayfa Nedir?



Bazı Facebook sayfaları Facebook tarafından doğrulanarak kimliklerinin gerçek olduğu bilgisi insanlara sunulmuştur:

- Bir sayfada mavi onay simgesi görürseniz Facebook, bu Sayfa veya profilin bu tanınmış kişi, medya şirketi veya markanın gerçek Sayfası veya profili olduğunu onaylanmış demektir.
- Bir Sayfada gri bir simge görürseniz, Facebook bu Sayfanın bu işletme veya kuruluşun gerçek Sayfası olduğunu onaylanmış demektir.

FACEBOOK'TA SAYFA YÖNETİMİ

- Sayfalar İçin Doğrulama Talebi

Facebook sayfanız için doğrulama taleplerinizi doğrudan Facebook'a yapmanız gerekmektedir. Facebook Yardım bölümünden bu başvurular alınmaktadır. (Türkiye'de aktif değil.)

Türkiye'den doğrudan başvuru kabul edilmediği için sosyal medya ajansları maalesef ücret karşılığında bu hizmeti vermektedirler. (*Ajanslara değil, Facebook ekibine başvurun!*)

FACEBOOK'TA İÇERİK PAYLAŞIMI

- Hangi içeriği Facebook'ta paylaşmalıyız?

Facebook sık paylaşım yapılan bir sosyal mecra olmadığı için burada sadece özel, bu mecrada ilgi görecektir ve etkileşime neden olacak içerikler paylaşılmalıdır.

Hangi içeriklerin ilgi gördüğü, etkileşime neden olduğu geçmişte yapılacak bir projeksiyonla belirlenir. Daha önce ilgi gören içerik türleri raporlardan görülür, **takip edilir.**

FACEBOOK'TA İÇERİK PAYLAŞIMI

- Facebook'ta ne zaman paylaşım yapmalıyız?

Facebook'ta günün her saati paylaşım yapılabilir. Ancak gün içerisinde belirli saat aralıklarında yapılacak paylaşımlar çok daha fazla kişiye ulaşabilir.

Örneğin 19.30 ila 22.00 arası genellikle Facebook'ta en fazla kişiye ulaşılacak aralıktır. Özel içeriklerin bekletilmesi sorun olmayacaksa bu saat diliminde paylaşılması gerekmektedir.

FACEBOOK'TA İÇERİK PAYLAŞIMI

- Facebook'ta ne sıklıkla paylaşım yapmalıyız?

Facebook'ta paylaşım sıklığı Twitter ve benzeri mecralara göre daha azdır. İdeal paylaşım aralığı yoğun içeriğe sahip bir sayfa için dahi 20 ila 40 dakikadan daha sık olmamalıdır.

Önemli: Paylaşılan bir içerik beklenenden fazla etkileşim alırsa sonraki paylaşım biraz daha beklenilerek yapılabilir. Paylaşılan içerik az etkileşim alırsa sonraki paylaşım için fazla beklemeyebilir, 30 dakika sonra yeni bir paylaşım yapabilirsiniz.

FACEBOOK'TA İÇERİK PAYLAŞIMI

- Facebook'ta paylaşım türleri nelerdir?

Facebook'ta üç tür paylaşım yapılabilir: Bunlar "durum", "fotoğraf" ve "video"dur.

Bu üç tür içerik arasında en fazla etkileşim sırasıyla video, fotoğraf ve durum ile sağlanır.

Önceliğiniz **video**, **fotoğraf** ve **durum** olmalıdır.

FACEBOOK'TA İÇERİK PAYLAŞIMI

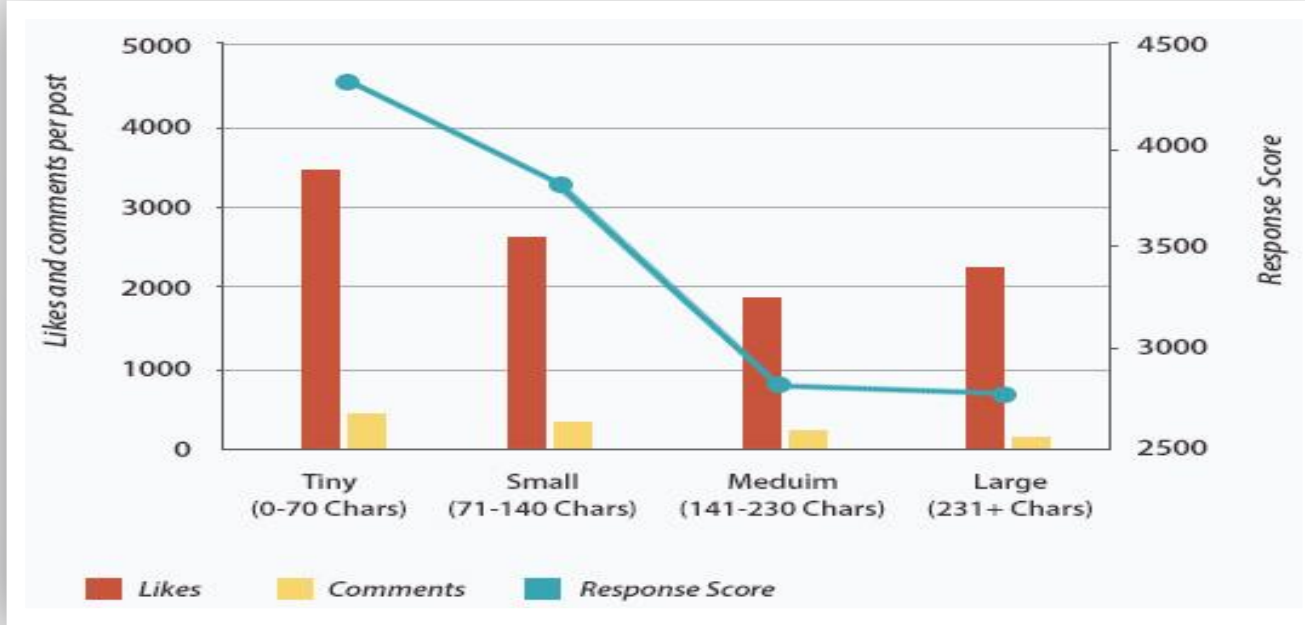
- Facebook'ta nasıl paylaşım yapılmalı?

Kısa, öz ve etkili metin

Facebook'ta paylaşım yaparken, kısa ve etkileyici bir metne ihtiyacınız var.

Facebook paylaşımlarınızdaki metin uzunluğu ile paylaşımlarınızın başarısı ters orantılıdır. Önerilen maksimum metin uzunluğu 70 karakterdir.

FACEBOOK'TA İÇERİK PAYLAŞIMI



FACEBOOK'TA İÇERİK PAYLAŞIMI

- Facebook'ta nasıl paylaşım yapılmalı?

Kısa, öz ve etkili metin

ÖNEMSEYİN: Metinleriniz kısa, öz ve etkili olmalı. Yazdığınız metin okuyucuda bir **duygu**, **tepki** yaratsın. Öykünüz, anlatımınız güçlü olsun.

FACEBOOK'TA İÇERİK PAYLAŞIMI

- Facebook'ta nasıl paylaşım yapılmalı?

Kısa, öz ve etkili metin

Metnin en önemli noktaları: Başı ve sonu.

Metninizin başı, okuyucuyu konuya çekmelidir. En önemli aşamadır.

Metninizin sonu, okuyucuya istediğiniz eylemi yaptırmalıdır.

FACEBOOK'TA İÇERİK PAYLAŞIMI

- Facebook'ta nasıl paylaşım yapılmalı?

Daha Fazla Etkileşim = Daha Fazla Erişim

Paylaşımlarınızın yaratacağı etkileşimle, erişim oranınız doğru orantılıdır.

Ne kadar fazla etkileşim yaratabilirsanız, o kadar fazla kişiye ulaşırsınız. Bu nedenle kitlenizi eyleme geçirin. Soru sorun, fikirlerini paylaşmalarını isteyin, tartışma yaratın.

FACEBOOK'TA İÇERİK PAYLAŞIMI

- Facebook'ta paylaşımlara link eklenmeli mi?

Tüm sosyal mecralar kullanıcıları sitede/ uygulamada tutmayı amaçlar. Bu nedenle site dışına çıkan url paylaşımlarını diğerlerine göre daha fazla görmezden gelme eğiliminde olabilirler.

Eğer «derdinizi anlatabiliyorsanız» Facebook paylaşımlarınızda link kullanmamanızı öneririz.

FACEBOOK'TA İÇERİK PAYLAŞIMI

- Facebook'ta paylaşımlara link eklenmeli mi?

Facebook paylaşımınızda illa link kullanmak gerekliyse, içeriği embed eklemek iyi bir alternatif olabilir.

Bunun için url eklenir, içerik embed edilir ve sonrasında url tekrar silinir. Facebook'un resmi blogunda*, bu şekilde yaptığınız paylaşımların daha fazla kişiye ulaşacağı belirtiliyor.

*newsroom.fb.com

FACEBOOK'TA İÇERİK PAYLAŞIMI

- Facebook'ta paylaşımlara link eklenmeli mi?



FACEBOOK'TA İÇERİK PAYLAŞIMI

- Facebook'ta paylaşımlara link eklenmeli mi?

Tüm sosyal mecralar kullanıcıları sitede/uygulamada tutmayı amaçlar. Bu nedenle site dışına çıkan url paylaşımlarını diğerlerine göre daha fazla görmezden gelme eğiliminde olabilirler.

Eğer «derdinizi anlatabiliyorsanız» Facebook paylaşımlarınızda link kullanmamanızı öneririz.

FACEBOOK'TA İÇERİK PAYLAŞIMI

- **Facebook'ta ve sosyal medyada güç: video**

Tüm sosyal mecralar kullanıcıları sitede/uygulamada tutmayı amaçlar. Bu nedenle kullanıcıların tercihleri onlar için önemlidir.

Kullanıcılar yazıyı az okur, fotoğrafa az bakar ama videoyu bolca izler. Bu nedenle organik erişimi artırmanın önemli bir yolu kaliteli video yayınlamaktır.

Video yayınına önem ve ağırlık verin.

FACEBOOK'TA STRATEJİ GELİŞTİRME

- Facebook'ta orta ve uzun vadeli strateji

Amacınız sadece satış değil;
Öncelikli Amacınız:
TOPLULUK GELİŐİMİ

FACEBOOK'TA STRATEJİ GELİŞTİRME

- Facebook'ta orta ve uzun vadeli strateji

İnsanlar sizi neden takip etsin?

İnsanlar sayfanızı neden beğensin?

FACEBOOK'TA STRATEJİ GELİŞTİRME

- Daha fazla takip/beğeni için neler yapılmalı?
 - Doğrudan ürün/hizmet pazarlamayı ikinci plana atın. Önceliğiniz topluluğunuz olsun.

'İnsanlara bir hikaye anlatın. Hikayenizi doğru ve saygı uyandırıcı şekilde tasarlayın ve ne olursa olsun hikayenizi «alakalı» yapın.' Rand Fishkin, Moz'un Kurucusu

FACEBOOK'TA STRATEJİ GELİŞTİRME

- Daha fazla takip/beğeni için neler yapılmalı?
 - Faydalı içerik oluşturun. Bilgi verin.
 - Ürün ve hizmetlerinizle ilgili 'Nasıl yapılır?' içerikleri üretin.
 - İstatistik, grafik ve infografik paylaşımına ağırlık verin.

FACEBOOK'TA STRATEJİ GELİŞTİRME




FACEBOOK'TA STRATEJİ GELİŞTİRME

M Migros Türkiye
22 saat · 🌐

#ErikliLezzeti Migros'ta da kazandırmaya devam ediyor! 🤩

Hemen size en yakın Migros'tan 1.5L veya 5L'lik Erikli suyunuzu alın, kapaklardan çıkan kodlarla, 1 Mercedes-Benz GLA veya 100 iPhone 8'den birini kazanma şansını yakalayın!

🔗 Detaylar: <http://bit.ly/ErikliKampanya>



MIGROS
<http://www.migros.com.tr>
Tarih: 31/07/2018

1,5L Erikli Su
5L Erikli Su

TOPLAM:
1 Mercedes-Benz GLA
100 iPhone 8

Teşekkürler

Erikli.
Detaylar
www.erikli.com.tr'de

FACEBOOK'TA STRATEJİ GELİŞTİRME

- Daha fazla takip/beğeni için neler yapılmalı?
 - Gündemi takip edin. Gündeme göre paylaşım yapın.
 - Tartışma yaratmaktan çekinmeyin. Bunu 'tatlı' şekillerde yapın.

FACEBOOK'TA STRATEJİ GELİŞTİRME



FACEBOOK'TA STRATEJİ GELİŞTİRME



FACEBOOK'TA STRATEJİ GELİŞTİRME

- Daha fazla takip/beğeni için neler yapılmalı?
 - Üslup önemli. Test edin, dikkatli olun.

Her ne kadar pazarlamayı bütün tüketicilere ve müşterilere yönelik yapmanız da aslında tek bir kişi ile iletişim kuruyorsunuz. Ann Handley, MarketingProfs CCO

FACEBOOK'TA STRATEJİ GELİŞTİRME

- Daha fazla takip/beğeni için neler yapılmalı?
 - Konu ve nesneleriniz önemli. Test edin, dikkatli olun.

Asla bir aslanı salata ile beslemeye kalkışmayın. Onların konuştukları şeyler hakkında konuşun. Jay Acunzo, NextView

FACEBOOK'TA STRATEJİ GELİŞTİRME



FACEBOOK'TA STRATEJİ GELİŞTİRME

 **Yemek.com**
22 saat · 🌐

Malum artık bayrama sayılı gün kaldı.
"Bayramda misafirlere ne yapsam?" diye düşünüyorsanız hazırladığımız kıskandıracak çeşit çeşit baklava tarifi burada.



YEMEK.COM
Gelen Misafirlerinize Gururla İkrâm Edeceğiniz 11 Nefis Bayramlık Baklava Tarifi - Yemek.com

FACEBOOK'TA STRATEJİ GELİŞTİRME

- Daha fazla takip/beğeni için neler yapılmalı?
 - Web 2.0'ın gerekliliklerini yerine getirin. Sorular cevapsız kalmasın. Ancak doğru üslûbu belirleyip, sürekli bunu kullanın.
 - Markanızdan bir kişilik inşa edin. Size «Arçelik Müşteri Hizmetleri» değil, «Arçelik» veya «Çelik» cevap versin.

FACEBOOK'TA DİYALOG



The image shows a screenshot of a Facebook customer service dialogues for Arçelik. It features four separate conversations, each with a customer question and a representative answer. The representative's answers are consistently polite and helpful, providing information about product features and prices.

Ayşe Konyalıoğlu Eren Isıtma da yapıyor mu Kıvamlı çorba programında?
Beğen · Yanıtla · 2h

Arçelik Merhaba Ayşe Hanım, ürünümüzün ısıtma özelliği bulunmamaktadır. İyi günler dileriz.
Beğen · Yanıtla · 1h

Yıldız Aytekin Fiyatını bilelim
Beğen · Yanıtla · 2h

Arçelik Merhaba Yıldız Hanım, ürünümüzün fiyatını görselin altında görebilirsiniz. İyi günler.
Beğen · Yanıtla · 2h

Fikriye Kayı Özcan Fiyat nedir
Beğen · Yanıtla · 2h

Arçelik Merhaba Fikriye Hanım, ürünümüzün fiyatını görselin altında görebilirsiniz. İyi günler dileriz.
Beğen · Yanıtla · 2h

Emine Atalay Fiyatı ne kadar
Beğen · Yanıtla · 2h

Arçelik Merhaba Emine Hanım, ürünümüzün fiyatını görselin altında görebilirsiniz. İyi günler dileriz.
Beğen · Yanıtla · 2h

FACEBOOK'TA DİYALOG



Garip Bektaş Araç Bozulana Kadar HERSEY iyi bi arıza acarsa [REDACTED] Almanyadan beri arızadan PARA kazanıyor servise deyinmek bile istemiyorum 3 litre Yağ 7.500 liraya degidiyor 😊

Beğen · Yanıtla · 2g



Opel Garip Bey, Merhaba, değerlendirmeleriniz için teşekkür ederiz. Müşterilerimizden gelen olumlu yada olumsuz yorumlar takip edilip kayıt altına alınmaktadır. Opel Türkiye tarafından oluşturulan dosyanızda bulunması bakımından bizimle bayi, plaka ve ileti... Daha Fazlasını Gör



OPEL.COM.TR

Opel Gizlilik ve Çerezler Politikası - Opel Türkiye

Beğen · Yanıtla · 3s

FACEBOOK'TA BEĞENİ KAZANMA

- Daha fazla takip/beğeni için neler yapılmalı?

“Daha fazla takipçi kazanmanın %90’ı kaliteli içerik paylaşmaktan geçer. Bunun dışındaki her şey optimizasyondur. Nokta.”

Guy Kawasaki / Peg Fitzpatrick

FACEBOOK'TA ETKİNLİK YÖNETİMİ

- Facebook Etkinlik nedir?

Facebook'ta kullanıcılar etkinlik oluşturabilmektedirler. Etkinlik oluşturarak, planlanan bir etkinliğinize daha fazla kişinin katılmasını sağlayabilir, etkinlik öncesinde güçlü bir iletişim ağı kurabilirsiniz.

Facebook'ta etkinlik oluşturmak ücretsiz ve herkese açık bir özelliktir.

facebook.com/events

FACEBOOK'TA ETKİNLİK YÖNETİMİ

- Facebook'ta nasıl Etkinlik oluşturulur?

Facebook'ta profil hesabınızı veya sayfanızı kullanarak etkinlik oluşturabilirsiniz.

1. Facebook'un sol tarafındaki menüde **Etkinlikler**'e tıklayın.
2. Sol tarafta + **Etkinlik Oluştur**'a tıklayın.
3. Özel veya herkese açık etkinlik arasında seçim yapın.
(Değişmez!)
4. Etkinliğin adını, detaylarını, yerini ve zamanını girin.
5. **Oluştur**'a tıklayın.

Not: Şu anda sadece Sayfalar bir etkinliğe birden çok tarih ve saat bilgisi ekleyebilir.

FACEBOOK'TA ETKİNLİK YÖNETİMİ

- Facebook'ta nasıl Etkinlik oluşturulur?

Facebook'ta bir etkinlik oluşturduğunuzda, etkinlik sayfasına yönlendirilirsiniz.

Etkinlik sayfanıza;

- konuklar davet edebilir,
- fotoğraflar yükleyebilir,
- kapak fotoğrafı veya videosu ekleyebilir,
- gönderiler paylaşabilir,
- etkinlik detaylarını düzenleyebilirsiniz.

FACEBOOK'TA ETKİNLİK YÖNETİMİ

- Etkinliğe arkadaşlarımızı nasıl davet edebiliriz?

Facebook'ta daha önce oluşturulmuş **herkese açık bir etkinliğe** insanları davet etmek için:

1. Etkinliğe gidin.
2. Sağ üst köşedeki veya kapak fotoğrafının altındaki **Paylaş'**a tıklayın.
3. **Arkadaşlarını Davet Et'e** tıklayın.
4. Davet edeceğiniz arkadaşlarınızı aratıp seçin ve **Davet Gönder'e** tıklayın.

FACEBOOK'TA ETKİNLİK YÖNETİMİ

- Etkinliğe katılanlara nasıl ulaşılabilir?

Facebook'ta *özel* bir etkinliğin organizatörükseniz, etkinliğinizin konuk listesine mesaj gönderebilirsiniz.

1. Etkinliğinize gidin.
2. Diğer'e tıklayın.
3. Konuklara **Mesaj Gönder**'e tıklayın.
4. Mesaj göndermek istediğiniz konukları seçin.
5. Mesajınızı girin ve **Gönder**'e tıklayın.

FACEBOOK'TA ETKİNLİK YÖNETİMİ

- Etkinliğe katılanlara nasıl ulaşılabilir?

Facebook'ta Herkese Açık Etkinliklerde mesaj göndermek her zaman (çoğu zaman) mümkün değildir.

Herkese açık bir etkinliğin organizatörüyseniz, etkinliğinizin belirli bir büyüklüğün üstünde olması durumunda konuk listesine mesaj gönderemeyebilirsiniz.

Etkinliğinize davet ettiğiniz kişilerle iletişim kurmak için etkinlik tartışmasında paylaşım yapın.

FACEBOOK'TA ETKİNLİK YÖNETİMİ

- Facebook'ta bir Etkinlik nasıl silinir?

Facebook'ta etkinliğinizi iptal etmek için:

1. Etkinliğinizin sağ üst köşesindeki **Düzenle**'ye tıklayın ve Etkinliği İptal Et'e tıklayın.
2. Etkinliği İptal Et veya Etkinliği Sil'i seçin.
3. Onayla'ya tıklayın.

Not: Bir etkinliği iptal ettiğinizde, artık herhangi bir değişiklik yapamazsınız ancak insanlar gönderiyi görmeye devam edebilir. Bir etkinliği sildiğinizde, her şey silinir ve kimse paylaşım yapamaz. (HERKESE İKİ TÜRLÜ BİLDİRİM GİDER.)

FACEBOOK'TA ETKİNLİK YÖNETİMİ

12 Etkinlikler

Etkinlikler

Ajanda

Doğum Günleri

Keşfet

Geçmiş

+ Etkinlik Oluştur

Yaklaşan Etkinlikler

HAZ 12 SAL **6. Geleneksel Ankara İftar Buluşması**
18 · Ankara

15 kişi gidiyor
✓ Düşünüyorum → Paylaş

HAZ 13 ÇRŞ **Bence Komik! / Kılıçık Mekan Kadıköy**
20:30 · Kılıçık Mekan

Canberk Erbaş seni davet etti
★ Düşünüyorum ✓ Gidiyorum × Yok Say → Paylaş

HAZ 22 CUM **Cecilia Krull 22 Haziran'da İlk Kez Türkiye'de !**
20 · Ankara

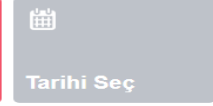
Sinan Ufuk Nergis seni davet etti
★ Düşünüyorum ✓ Gidiyorum × Yok Say → Paylaş

Yaklaşan Tüm Etkinlikleri Gör

Beğenebileceğin Etkinlikler



Etkinlikler Bul



Sanat

Spor

Edebiyat

Hedefler

Komedi

El sanatları

Daha fazla

Yaklaşan Doğum Günleri

FACEBOOK'TA ETKİNLİK YÖNETİMİ

- Etkinliklerle daha fazla kişiye ulaşın

Facebook'ta sayfanız üzerinden ücretsiz etkinlikler oluşturabilirsiniz. Bu etkinliklerle daha fazla kişiye ulaşabilir, kitlenizi geliştirebilirsiniz.

Seğmenler Parkı'nda su savaşı düzenlemek iyi bir fikir olabilir :)

FACEBOOK'TA ETKİNLİK YÖNETİMİ



SEĞMENLER SU SAVAŞLARI
26 AĞUSTOS 2018
Studentland PANDA

AGU **Seğmenler Su Savaşları**
26 Herkese Açık · Düzenleyen: STUDENTLAND

★ Düşünüyorum ✓ Gidiyorum ➔ Paylaş ...

🕒 26 Ağustos Pazar 13:00 - 22:00 arasında

📍 Seğmenler Parkı / Ankara
Çankaya Mh., 06680 Çankaya/Ankara, 06680 Çankaya, Ankara [Haritayı Göster](#)

🎫 Biletler
gezinpanda.com [Bilet Al](#)

Hakkında Tartışma

41 Kişi Gidiyor · 211 Kişi Düşünüyor
Bu etkinliği arkadaşlarınızla paylaş ➔ Paylaş

FACEBOOK Business Manager

- Facebook Business Manager nedir?

Business Manager, reklamverenlerin Facebook pazarlama çalışmalarını işletme içinde ve harici ortaklarla entegre etmelerine yardımcı olan ücretsiz bir Facebook platformudur.

Reklamlarınızı yayınlatabilir ve takip edebilir, Sayfalarınız ve reklam hesaplarınız gibi varlıkları yönetebilir ve işletmenizi yönetmeye yardımcı olmaları için ajanslar veya pazarlama ortakları ekleyebilirsiniz.

FACEBOOK Business Manager

- Facebook Business Manager nedir?

İş hayatınız ile kişisel hayatınızı birbirinden ayrı tutun. Bunun için Facebook Business Manager size önemli bir imkan sunar.

Bir Business Manager oluşturarak, kişisel Facebook profilinizden ayrı olarak sayfalarınızı

FACEBOOK Business Manager

- Facebook Business kimler için ideal?
 - İşletmenizin bir pazarlama ekibi varsa,
 - Yönettiğiniz birden çok Facebook varlığı varsa,
 - Bir tedarikçi kullanıyorsanız,
 - Erişim ve izinler üzerinde kontrol sahibi olmak istiyorsanız

Facebook Business tam size göre.

business.facebook.com

Sosyal Medya Görsel Ölçüleri

- Facebook

Profil Görseli: **180px x 180px**

Sayfa Kapak Görseli: **820px x 312px**

Profil Kapak Görseli: **851px x 315px**

Paylaşım Görseli: **1200px x 630px**

Facebook ve Kişisel Marka Yönetimi

- 1. Kişisel sayfanızı oluşturun
- 2. Profesyonellere bir grup oluşturun
- 3. Sektörünüzle ilgili bir sayfa oluşturun

INSTAGRAM

Bölüm III-C

Popüler Sosyal Mecralar - INSTAGRAM

Dünyanın en büyük fotoğraf paylaşım mecrası haline gelen Instagram 6 Ekim 2010'da ABD'de kullanıma sunulmuştur.

Farklı konsepti ile dünyanın en hızlı büyüyen sosyal ağları arasındaki yerini alan Instagram (TikTok'tan sonra 2. sırada), geç de olsa Türkiye'de de hızlı bir büyüme sergilemeyi başarmıştır.

Popüler Sosyal Mecralar - INSTAGRAM

- **Instagram'ın Temel Farklılıkları**
 - ☑ Mobil Uygulama Olması
 - ☑ Kadın ve Gençlerin Yoğun Kullanımı
 - ☑ Doğrudan Satış Alışkanlığı
 - ☑ Paylaşım Zorluğu
 - ☑ Aktif Link Engeli

Instagram Erişim Potansiyeli - Dünya

NUMBER OF PEOPLE THAT
INSTAGRAM REPORTS
CAN BE REACHED WITH
ADVERTS ON INSTAGRAM



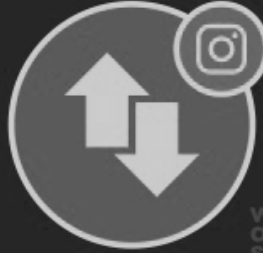
928.5
MILLION

SHARE OF POPULATION
AGED 13+ THAT MARKETERS
CAN REACH WITH
ADVERTS ON INSTAGRAM



15%

QUARTER-ON-
QUARTER CHANGE
IN INSTAGRAM'S
ADVERTISING REACH



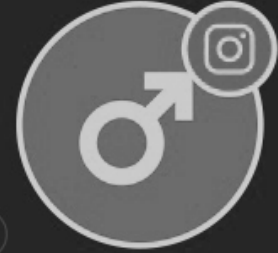
+5.7%

PERCENTAGE OF
ITS AD AUDIENCE
THAT INSTAGRAM
REPORTS IS FEMALE*



50.9%

PERCENTAGE OF
ITS AD AUDIENCE
THAT INSTAGRAM
REPORTS IS MALE*

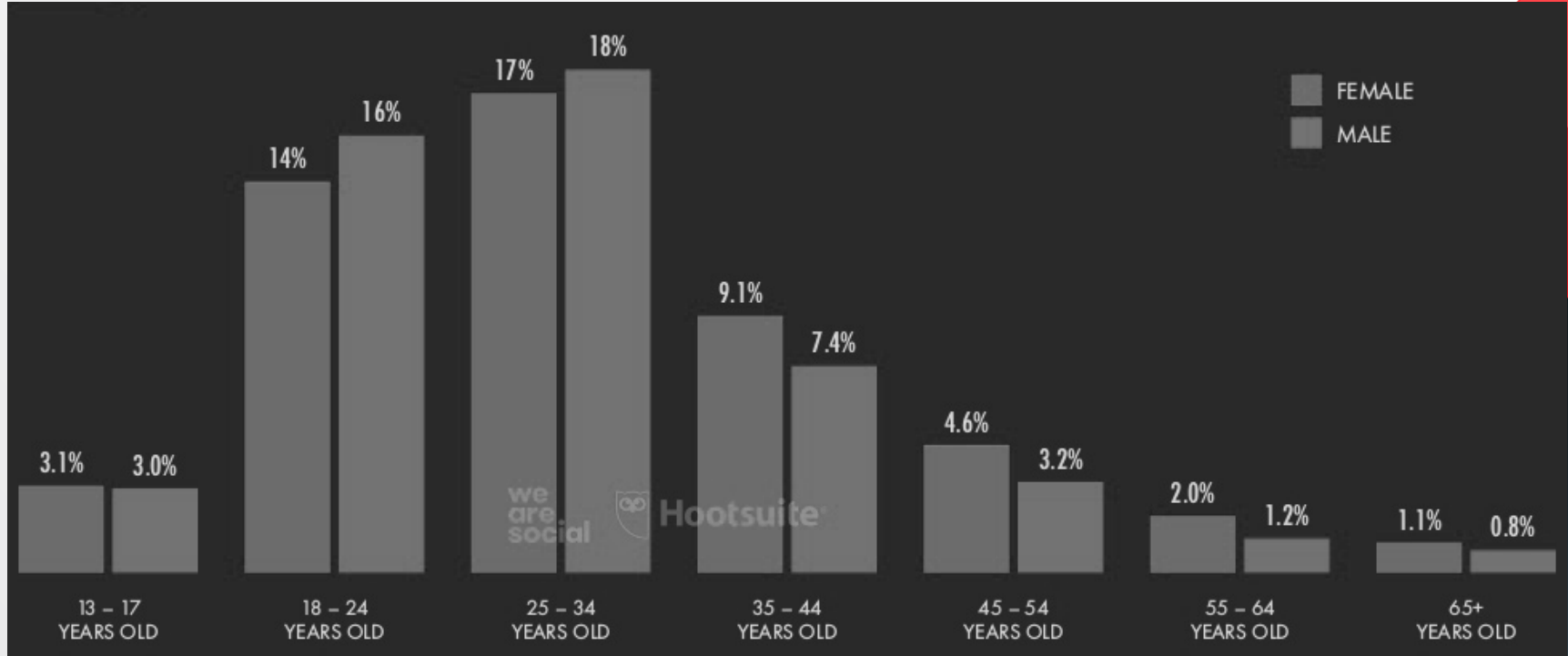


49.1%

Instagram Erişim Potansiyeli - Dünya

#	COUNTRY / TERRITORY	REACH	▲ QOQ	▲ QOQ	#	COUNTRY / TERRITORY	REACH	▲ QOQ	▲ QOQ
01	U.S.A.	120,000,000	+3.4%	+4,000,000	11	ITALY	20,000,000	+2.6%	+500,000
02	INDIA	80,000,000	+9.6%	+7,000,000	12	FRANCE	18,000,000	+6.5%	+1,100,000
03	BRAZIL	77,000,000	+6.9%	+5,000,000	13	ARGENTINA	17,000,000	+4.3%	+700,000
04	INDONESIA	63,000,000	+5.0%	+3,000,000	14	SPAIN	16,000,000	+2.6%	+400,000
05	RUSSIA	44,000,000	+4.8%	+2,000,000	15=	CANADA	13,000,000	+4.8%	+600,000
06	TURKEY	38,000,000	+2.7%	+1,000,000	15=	SOUTH KOREA	13,000,000	+8.3%	+600,000
07	JAPAN	29,000,000	+7.4%	+2,000,000	17=	COLOMBIA	12,000,000	+6.2%	+700,000
08=	MEXICO	24,000,000	+9.1%	+2,000,000	17=	MALAYSIA	12,000,000	+9.1%	+700,000
08=	U.K.	24,000,000	+4.8%	+2,000,000	17=	SAUDI ARABIA	12,000,000	0%	+700,000
10	GERMANY	21,000,000	+5.5%	+1,100,000	17=	THAILAND	12,000,000	+2.6%	+700,000

Instagram Erişim Potansiyeli - Dünya



INSTAGRAM

Instagram = { Fotoğraf + Video } = Görsellik

Instagram İçerik Paylaşım Sıklığı - Dünya

AVERAGE MONTHLY
GROWTH IN
ACCOUNT FOLLOWERS



locowise

+2.5%

AVERAGE NUMBER
OF MAIN FEED
POSTS PER DAY



we
are
social

1.7

PHOTO POSTS AS A
PERCENTAGE OF
ALL MAIN FEED POSTS



locowise

79%

VIDEO POSTS AS A
PERCENTAGE OF
ALL MAIN FEED POSTS



we
are
social

21%

AVERAGE NUMBER OF
INSTAGRAM STORIES POSTS
PUBLISHED EACH MONTH



13.1

INSTAGRAM'DA FOTOĞRAF

- Instagram'da fotoğraf kullanımı

Instagram'ın temel paylaşım ögesi olarak fotoğraflar dikkat çekmektedir. Instagram temelde bir fotoğraf filtreleme ve paylaşma uygulamasıdır.

INSTAGRAM'DA FOTOĞRAF

- Instagram'da fotoğraf kullanımı

Instagram'da **kare**, **dikey** veya **yatay** fotoğraflar paylaşabilirsiniz. Fotoğraf ölçülerinizin standartlara uygun olması daha kaliteli paylaşımlar için önemli bir koşuldur.

Paylaşım Görseli:

Kare: 1080px x 1080px

Dikey: 1080px x 1350px

Yatay: 1080px x 566px

INSTAGRAM'DA FOTOĞRAF

- Instagram'da 10'lu fotoğraf kullanımı

Instagram'da yapılan güncellemelerle tek fotoğraf sınırı kaldırılmış ve fotoğraf albümü paylaşma imkanı sunulmuştur.

Paylaşım yaparken **10 fotoğrafı bir arada paylaşabilirsiniz.**

INSTAGRAM'DA FOTOĞRAF



- Instagram'da 10'lu fotoğraf kullanımı

INSTAGRAM'DA VIDEO

- Instagram'da video kullanımı

Video, tüm sosyal mecralarda oldukça etkili bir paylaşım aracı olmaya başladı. Instagram da video paylaşımına olanak vererek, bu yarışta yerini aldı.

Instagram'da 59 saniyelik videolar paylaşılabilir. Videoların etkileşimleri fotoğraflardan daha fazla olabilir. Bu nedenle video paylaşımları ihmal edilmemelidir.

INSTAGRAM'DA VIDEO

- Instagram'da video ve yazı kullanımı

Instagram genellikle mobil cihazlardan kullanılan bir sosyal ağıdır. Mobil kullanım sırasında videoların sesleri her zaman dinlenememektedir.

Bu nedenle paylaştığınız videoları kurgularken olay ve gelişmeleri yazı ile de ayrıca anlatmayı ihmal etmeyin. Neredeyse tüm profesyonel yayınların bu şekilde yapıldığına dikkat edin.

INSTAGRAM'DA VIDEO



bbcturkce • Takiptesin
Broadcasting House

bbcturkce #DünyaÇevreGünü :
• Üretilen plastiğin sadece %10'undan azı geri dönüşüme gidiyor.
• Her yıl 5 trilyon plastik torba kullanılıyor.
• BM "Artık bir şeyler yapılmalı" diyor.
#çevre #environment #bbctürkçe

fazi_be Bencede

_leos_treet Üfff

biliminucunda Verimli geri dönüşüm, toplumu bilinçlendirmekten daha kolay. Doğada, büyük oranda çözülebilecek malzemeler kullanılmalı.

manw.e Üretilmesin. En kökten çözüm.

berryscurvyworld 🙄🙄🙄🙄🙄

eglenceliogrenme Çocuklarınızı için faydalı ve eğlenceli paylaşımlar sayfamızda 📍📍

seadogsport Great job 🙌 check out our page for some amazing beach cleanup 🌊🌊🌊



8.027 görüntüleme

5 HAZİRAN

Yorum ekle...





Medya Akademi

Dijital Pazarlama ve Sosyal Medya Uzmanlığı [v5.0]

Copyright © 2021 - Medya Akademi ®

INSTAGRAM'DA VIDEO



 ajplus  • Takip Et

ajplus All it took was some paint and imagination to brighten the lives of this community. #paint #paintedhouses #tourism #art #community #rainbowvillage #AJplusVideo #AJplusVJ

leyla_nada Wow , great      






leyla_nada @deutschlandpix Regenbogen haus  ☺ süß oder

sabzeerauf @thatpostguy smart...

celia_clarke Reminds me of The Painter of Jalouzi by @ryotnews

oislingabrien @skyselangmuir similar to the ones I was talking about!!

arie_winky Aha this is a small village in my country indonesia

deutschlandpix @leyla_nada     

onursyifa  



4.504 görüntüleme

5 TEMMUZ 2017

Yorum ekle...

INSTAGRAM'DA VIDEO

- Instagram'da video süresini uzatma

Instagram'da en fazla 59 saniyelik video paylaşılabilir. Ancak çoklu seçim özelliği ile bu süre 10 kata kadar arttırılabilmektedir.

Uzun bir video 59 saniyelik bölümler halinde kesilerek yaklaşık 10 dakikalık bir video bu mecrada paylaşılabilir. (Ancak unutmamak gerekir ki bu mecrada 10 dakikalık video izleyecek kişi sayısı oldukça az.)

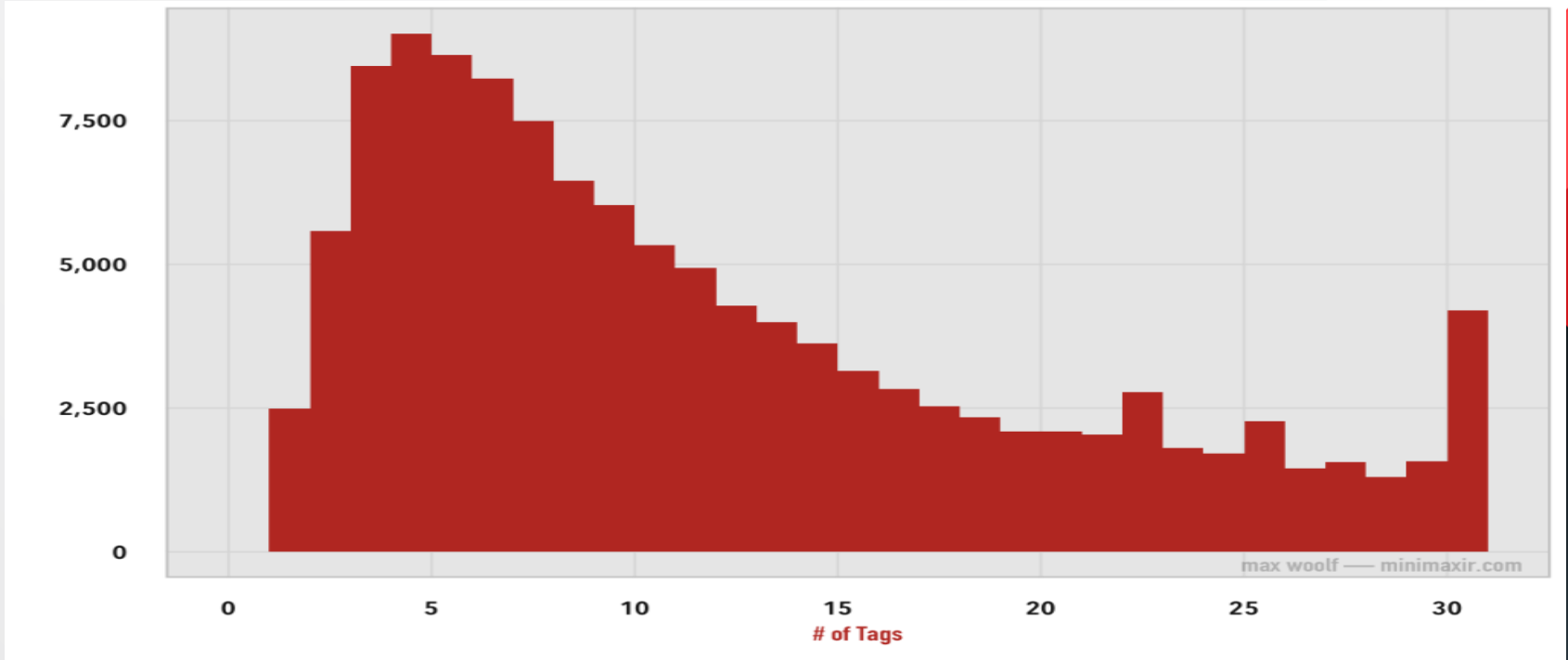
INSTAGRAM'DA ETİKET

- Instagram'da etiket kullanımı

Instagram'da en fazla 30 etiket kullanabiliyorsunuz. Bu sınırı zorlamak çoğu zaman doğru olmayabilir ama sosyal medyada etiketin en etkili olduğu mecranın Instagram olduğunu unutmayın.

Konunuzla ilgili, Instagram'da popöler olan etiketleri tarayarak bu etiketleri kullanmanız, paylaşımlarınızın daha fazla kişiye ulaşmasını sağlayacaktır.

Instagram - Etiket ve Etkileşim İlişkisi



Instagram - En Popüler Etiketler

#	HASHTAG	Nº OF POSTS	#	HASHTAG	Nº OF POSTS	#	HASHTAG	Nº OF POSTS
01	#LOVE	1,731,400,000	11	#TBT	513,900,000	21	#INSTAGRAM	419,100,000
02	#INSTAGOOD	1,076,000,000	12	#PHOTOGRAPHY	513,200,000	22	#ME	410,400,000
03	#FASHION	760,000,000	13	#FOLLOWME	508,900,000	23	#SELFIE	410,300,000
04	#PHOTOFTHE DAY	745,300,000	14	#LIKE4LIKE	507,600,000	24	#FRIENDS	386,500,000
05	#BEAUTIFUL	629,200,000	15	#NATURE	481,500,000	25	#GIRL	378,800,000
06	#ART	583,900,000	16	#TRAVEL	466,000,000	26	#FUN	374,000,000
07	#HAPPY	556,800,000	17	#SUMMER	445,000,000	27	#FITNESS	372,700,000
08	#CUTE	542,800,000	18	#REPOST	443,000,000	28	#FOOD	368,700,000
09	#PICOFTHE DAY	540,200,000	19	#STYLE	441,900,000	29	#INSTALIKE	355,600,000
10	#FOLLOW	524,600,000	20	#INSTADAILY	420,400,000	30	#BEAUTY	355,400,000

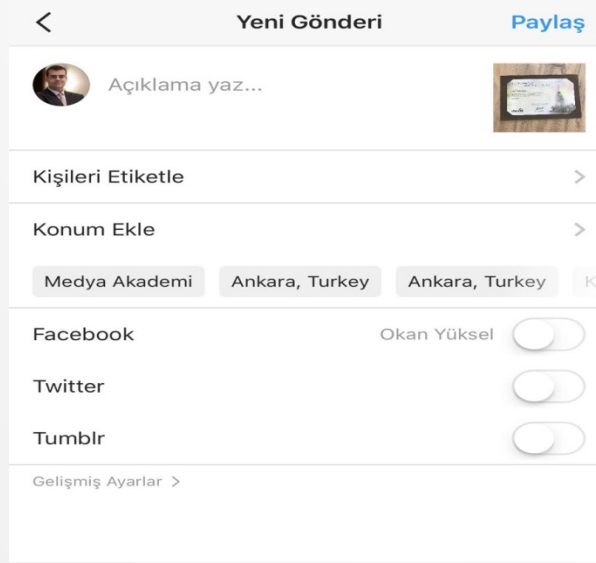
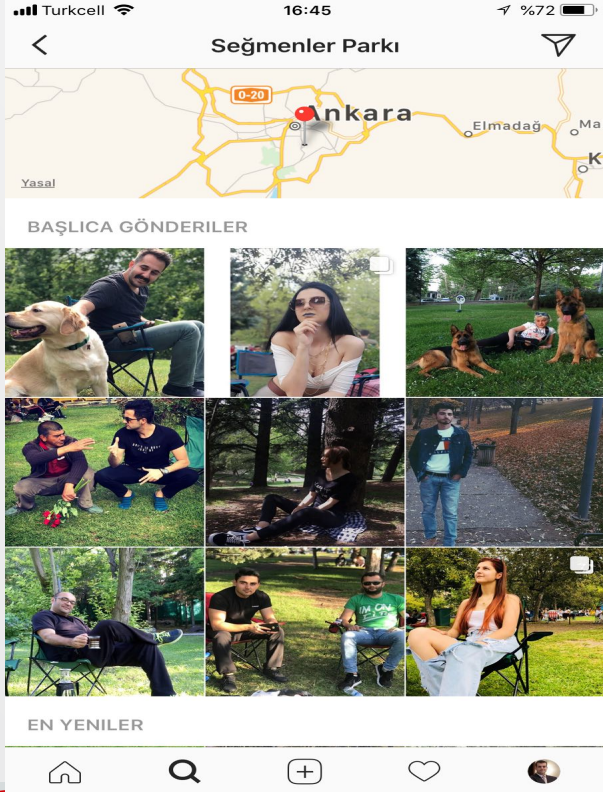
INSTAGRAM'DA YER BİLDİRİMİ

- Instagram'da yer bildirimi

Instagram'da fotoğraf veya videoların çekildiği yerleri, paylaşımınıza ekleyebilirsiniz.

Yer bildirimleri etiketler gibi içeriğinizin daha fazla kişiye ulaşmasını sağlar. Ayrıca popüler bir fotoğrafınız olursa bu size çok daha fazla beğeni ve takipçi getirebilir.

INSTAGRAM'DA YER BİLDİRİMİ



INSTAGRAM'DA YER BİLDİRİMİ

- Instagram'a olmayan bir yeri ekleme

Instagram'da aradığınız yeri bulamadıysanız, bu yeri ekleyebilirsiniz. Bu, yeni kurulan şirketiniz veya işletmeniz de olabilir.

Instagram'a olmayan bir yeri eklemek için Google veya Facebook'tan yardım almanız gereklidir. Instagram yer bildiriminde çıkan lokasyonları Google ve Facebook'un verilerinden çekmektedir.

INSTAGRAM'DA YER BİLDİRİMİ

- Instagram'a olmayan bir yeri ekleme

Instagram'a Facebook üzerinden bir yer eklemek için Facebook Sayfanızın adres bölümünü kullanabilirsiniz.

Sayfanızda adres bölümünü aktif hale getirirseniz, kısa sürede bu adres Instagram'da da görünür olacaktır.

INSTAGRAM'DA YER BİLDİRİMİ

- Instagram'a olmayan bir yeri ekleme

Google ve Google servislerinde şirketinizin konumunun yer almasını istiyorsanız, «Google Benim İşletmem» servisinde hesap oluşturmanız gerekmektedir.

www.google.com.tr/business

INSTAGRAM'DA FOTOĞRAF ALMA

- Instagram'da paylaşılan fotoğrafları çözünürlükleri bozulmadan da alabilirsiniz.

Instagram'da farklı kullanıcıların paylaştığı fotoğrafları, çözünürlükleri bozulmadan edinebilirsiniz. Bunun için uygulamaya masa üstü bilgisayarınızdan girmeli ve görüntülediğiniz sayfanın kodlarına erişmelisiniz.

INSTAGRAM'DA HİKAYELER

- Instagram'da Hikaye paylaşımı

Instagram, SnapChat'e benzer bir «Hikayeler» özelliğini kullanıcıların hizmetine sundu. 24 saat yayınlanacak ve sonra otomatik olarak silinecek hikayeler paylaşabilirsiniz. Bu özellik en az fotoğraflar ve video paylaşımları kadar ilgi görmekte.

Instagram Hikayeler'i kullanarak daha fazla kişiye ulaşma, erişim ve etkileşiminizi artırma şansınız var. Bu özelliği mutlaka kullanın.

INSTAGRAM'DA HİKAYELER



- Yazı
- Canlı
- Normal
- Boomerang
- Odak
- Superzoom
- Tersten
- Eller Serbest
- Stop-Motion

INSTAGRAM'DA HİKAYELER

- Instagram'da Hikaye paylaşımı

Hikaye sıralamasının kullanıcıların ilgi alanına göre yapıldığını unutmayın. **Kaliteli içerikler paylaşarak, insanların hikaye listesinde üst sıralarda yer almayı amaçlayın.**

INSTAGRAM'DA HİKAYELER

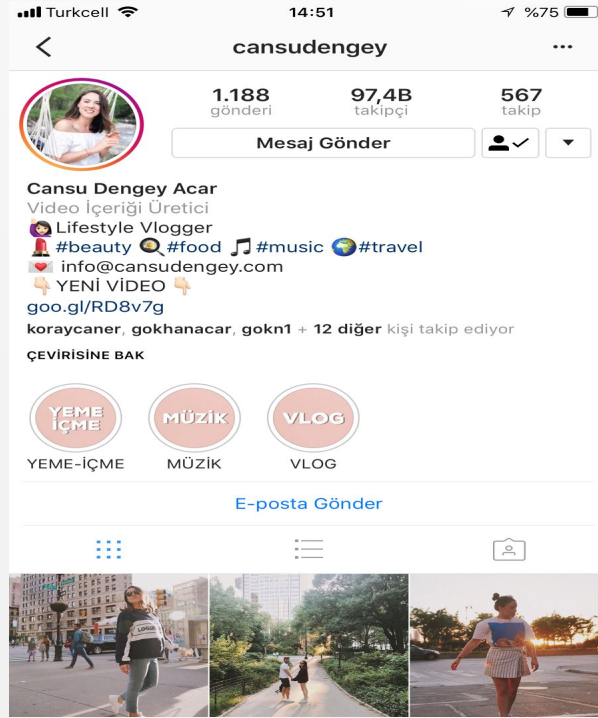
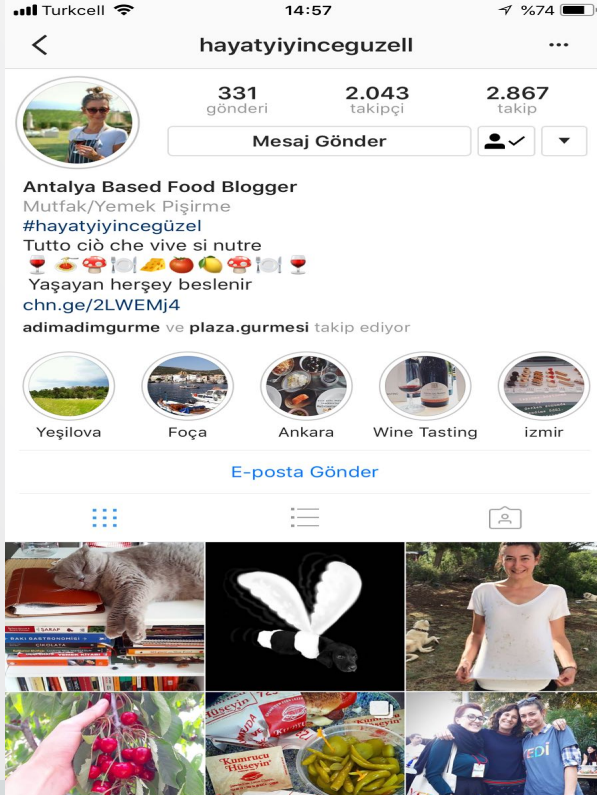
- Instagram'da Hikaye paylaşımı

Hikayelerinizi «öne çıkartarak», bunları ölümsüzleştirebilirsiniz.

YouTube'daki playlistler gibi kendinize farklı kategoriler oluşturup takipçilerinize daha iyi bir deneyim sunma şansınız olabilir.

Playlist önerileri: Şehir, ülke, tarif, seçki, kategori vs...

INSTAGRAM'DA HİKAYELER



INSTAGRAM'DA HİKAYELER

- Instagram'da Hikaye paylaşımı

«Öne çıkarttığınız» Hikayelerinizi düzenleme şansınız bulunmaktadır. Daha önce paylaştığınız hikayeleri de kategorilere ekleyebilirsiniz.

Öne çıkarttığınız içerikler için kapak fotoğrafları hazırlayabilirsiniz. Bu şekilde fark yaratma şansınız var.

INSTAGRAM HESABINI BAĞLAMA

Instagram hesabınızı Facebook, Twitter, Tumblr ve diğer sosyal ağlara doğrudan bağlayabilirsiniz.

Hesaplarınızı bağlamak için;

Profil → Seçenekler → Bağlantılı Hesaplar

INSTAGRAM'DA ETİKETLENME

Instagram hesabınız diğerkullanıcılar tarafından kendi fotoğraflarında etiketlenebilir. Bunları serbest bırakabilir, kontrollü hale getirebilir veya engelleyebilirsiniz.

Fotoğraf etiketleme kontrolleri için;

Profil → Seçenekler → Olduğın Fotoğraflar

INSTAGRAM'DA YORUM KONTROLÜ

Instagram'da paylaştığınız fotoğraf ve videolara diğer kullanıcılar tarafından yorum yapılabilmektedir. Yorum kontrolleri otomatik veya manuel olarak yapılabilir.

Fotoğraf etiketleme kontrolleri için;

Profil → Seçenekler → Yorum Kontrolleri

INSTAGRAM'DA ARAMA GEÇMİŐİ

Instagram'da yaptığınız aramalar uygulama tarafından kaydedilir. Arama bölümüne girdiğinizde daha önce yaptığınız aramaları görebilirsiniz.

Arama geçmişinizi silmek için;

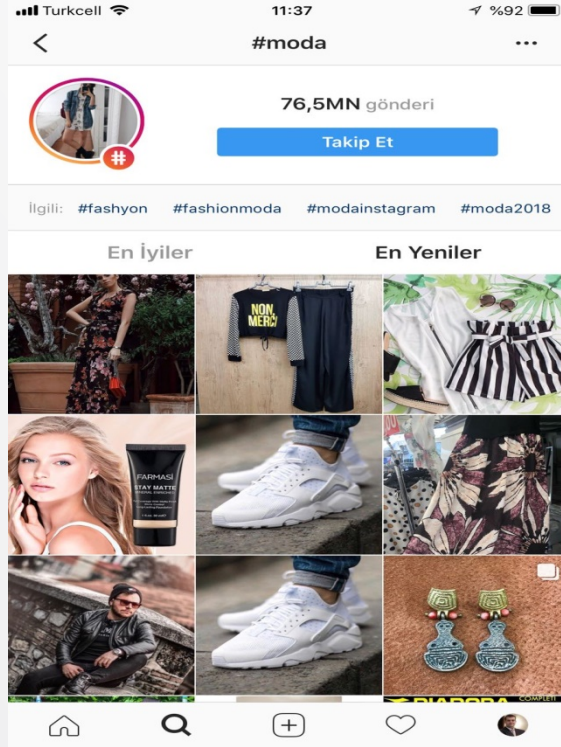
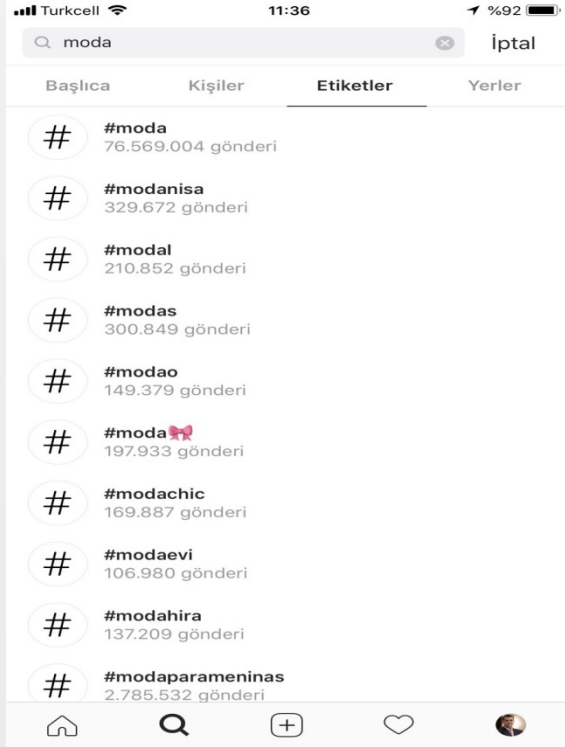
Profil → Seçenekler → Arama Geçmiőİ

INSTAGRAM'DA ETİKET TAKİBİ

Instagram'da sadece hesapları değil, etiketleri de takip edebilirsiniz.

Sektörünüz veya ilgi alanınızla ilgili etiketleri takip ederseniz, bunlar arasından bir seçki Instagram akışınızda görünmeye başlayacaktır.

INSTAGRAM'DA ETİKET TAKİBİ



INSTAGRAM'DA BAŞARI

- Hesabın bileşenlerini tamamlayın.

Instagram hesabınızın temel bileşenlerini tamamlayın. Profil fotoğrafınız, «Hakkında» bölümünüz tam ve iyi olsun.

Profil Fotoğrafı: 110px x 110px

Hakkında: Sektör - Biyografi – İletişim Adresi

INSTAGRAM'DA BAŞARI

Turkcell 16:02 %66

< opel ...

 1.420 gönderi 195B takipçi 96 takip

Mesaj Gönder  

Opel 
Otomotiv İmalatçısı
#TheFutureIsEveryones. Keep up to date with these four words post by post at #Opel. For more info visit:
www.opel.com/tools/imprint.html
Adam Opel Haus, Rüsselsheim, Germany
ÇEVİRİSİNE BAK

INSTAGRAM'DA BAŞARI

Turkcell 16:03 %65

< audi ...

 1.732 gönderi 11,2MN takipçi 467 takip

Takip Et

Audi 
Otomotiv İmalatçısı
The official Instagram account of Audi of America.
[audi.us/home](https://www.audi.us/home)
timurdellaloglu, aytcunl, fatihartman + 7 diğer kişi takip ediyor
ÇEVİRİSİNE BAK

INSTAGRAM'DA BAŞARI

Turkcell 16:02 %66

< mercedesbenz ...

 10,5B gönderi 13,8MN takipçi 702 takip


[Takip Et](#)

Mercedes-Benz ✓
Haber ve Medya Sitesi
Welcome to the official Mercedes-Benz Instagram channel!
Share your Mercedes-Benz shots with us: #mbfanphoto.
mb4.me/Provider/
timurdellaloglu, yankiicoz, taylanceyhun7 + 17 diğer kişi takip ediyor

INSTAGRAM'DA BAŞARI

Turkcell 16:04 %65

< porsche ...

 1.138 gönderi 10,9MN takipçi 234 takip

Takip Et

Porsche ✓
Araba
The official account for Porsche Cars North America. Use the hashtag #PorscheMoment for a chance to get featured on our Instagram page.
youtu.be/HCdKezPKPIM
timurdellaloglu, gokhanacar, cevdetsayan + 15 diğeri kişi takip ediyor

INSTAGRAM'DA BAŞARI

- Hesabın bileşenlerini tamamlayın.

Öne çıkartılan Hikayelerinizden playlist oluşturun
Bunları da bileşen olarak hesabınıza ekleyin.



INSTAGRAM'DA BAŞARI

- Kaliteli içerikten taviz vermeyin.

Paylaşmak için paylaşım yapmayın.
Paylaştığınız fotoğraf ve videolar nitelikli ve kaliteli olsun. Kötü çözünürlüğe sahip fotoğraf veya video paylaşmayın.

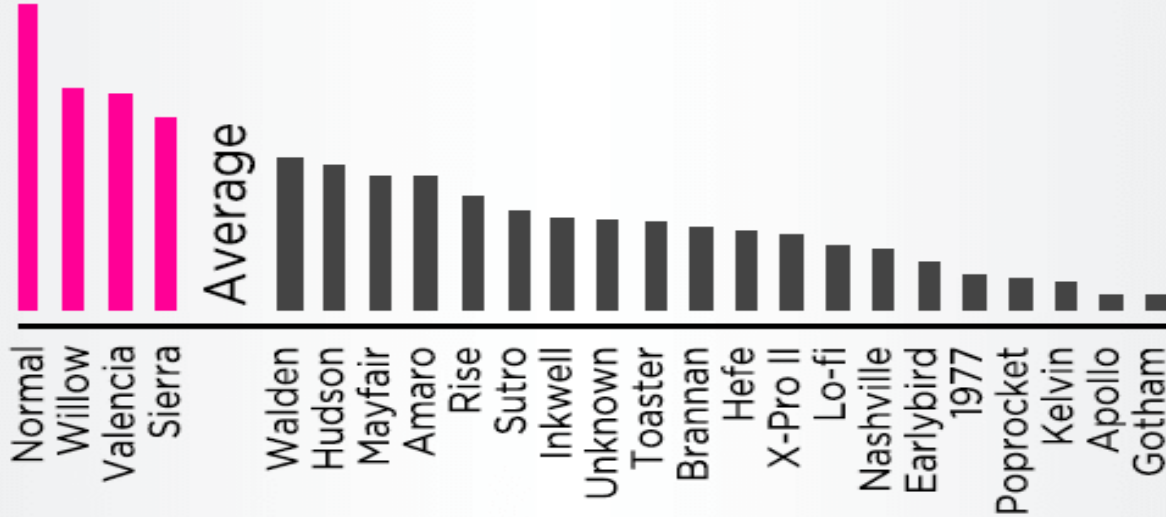
INSTAGRAM'DA BAŞARI

- Telefonun kamerasıyla sınırlı kalmayın.

Paylaşacağınız fotoğrafları telefonunuzun kamerasını kullanarak çekmek pratik olabilir. Ancak çoğu zaman en beğenilen fotoğraflar telefon kamerasından değil, profesyonel makinalardan çıkanlar oluyor.

Profesyonel kamera ve profesyonel fotoğraf düzenleme araçları kullanın.

INSTAGRAM'DA BAŞARI



INSTAGRAM'DA BAŞARI

- Bir paylaşım diliniz olsun.

Nasıl bir dil, üslup kullanacağınızı belirleyin. Bu dili sürekli olarak kullanın. Takipçilerinizle bir gün ciddi, bir gün gayriciddi paylaşımlar yapmayın.

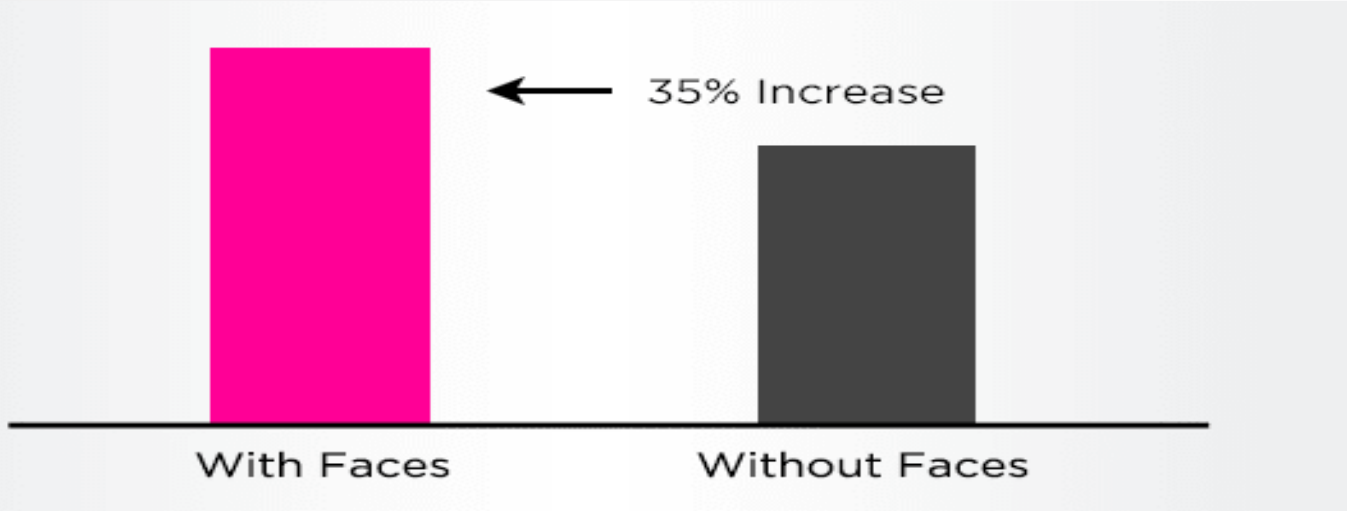
Paylaştığınız görsellerde de benzer belirginlikler olsun. Renk, tasarım, kurgu ve benzeri alanlarda benzerliklerinizi hissettirin.

INSTAGRAM'DA BAŞARI

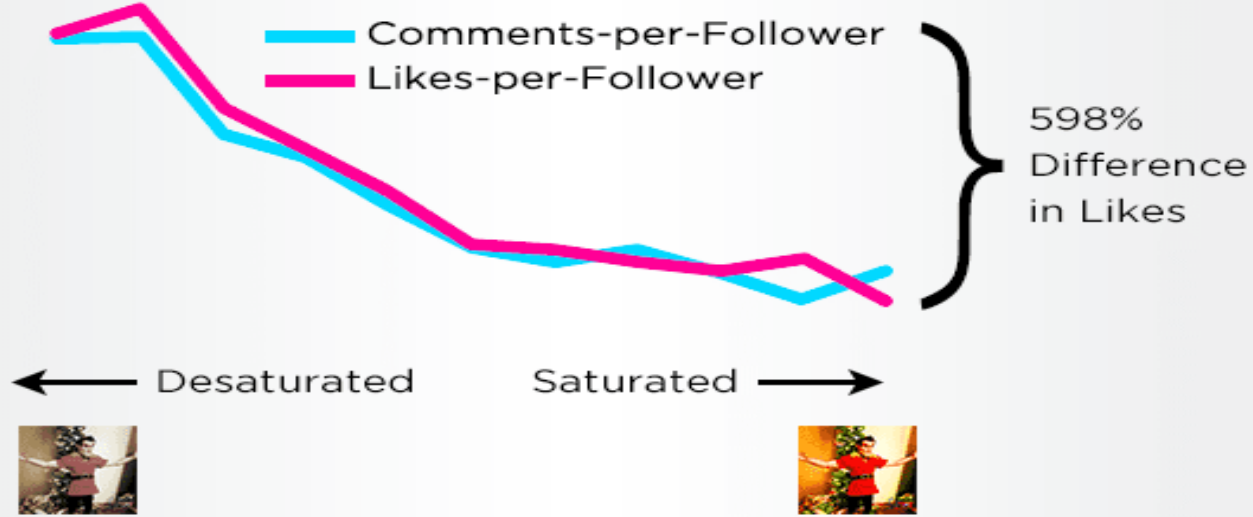
- Fotoğraflarınızda insan ve insan yüzü size avantaj sağlayabilir.

İnsanların yer aldığı görseller sıcaklık verir. İnsanlara ulaşmak için yine insanları kullanın. İnsan yüzü olan fotoğraflar çok daha fazla beğeni almaktadır.

INSTAGRAM'DA BAŞARI



INSTAGRAM'DA BAŞARI



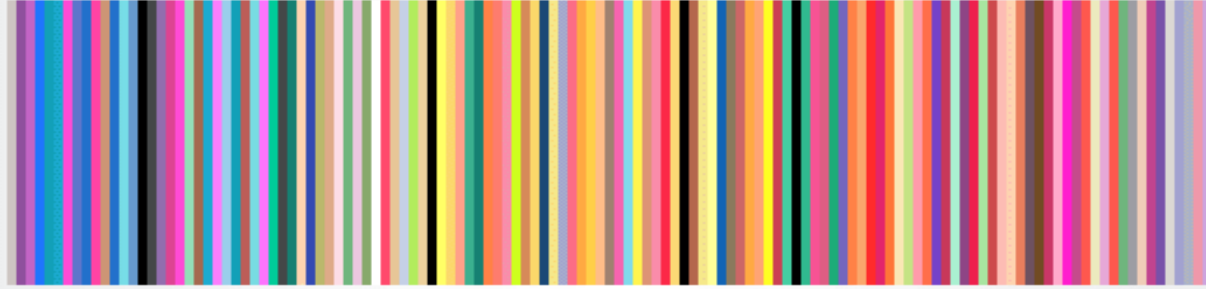
INSTAGRAM'DA BAŞARI

- Kullandığınız renklere dikkat edin.

Instagram tamamen görsel bir uygulama ve bu nedenle renklerin en önemli olduğu mecralardan bir tanesi.

Yapılan araştırmalar, Instagram'da farklı renklerin farklı etkileri olduğunu ortaya koyuyor. Paylaşımınızdaki ağırlıklı renklere dikkat edin.

INSTAGRAM'DA BAŞARI



← More Likes

Fewer Likes →

INSTAGRAM'DA BAŞARI

- Diyalog kurmaktan çekinmeyin.

Takipçilerinizle doğrudan iletişim kurun. Diyalog kurmaktan çekinmeyin. Paylaşımınıza gelen yorumlar arasında soru varsa yanıtlayın, övgü varsa teşekkür edin. Eleştiri varsa süreci yönetin.

INSTAGRAM'DA BAŞARI

- Sadece Instagram'la sınırlı kalmayın.

Instagram hesabınızı Facebook, Twitter ve Tumblr hesabınıza bağlayın. Hesaplarınızın bağlı olması ayrıca diğer mecralarda da otomatik paylaşım yapma Şansını size sunar.

INSTAGRAM'DA BAŞARI

- Doğru fotoğraf kullanın.

Instagram'da insanları duygusal olarak etkileyebilecek, heyecanlandırarak fotoğraflar kullanılmalıdır.

Instagram, genellikle mobil cihazlardan kullanıldığı için fotoğraflar küçük görülecektir. Bu nedenle çok küçük detayların olduğu fotoğrafları değil, büyük objelerin olduğu fotoğraflar tercih edilmelidir.

INSTAGRAM'DA BAŞARI

- Srekliliğinizi koruyun.

Instagram'da en az 2, en fazla 12 saat aralıklarla fotoğraf paylaşılmalıdır. (Eğer bu mecraya sürekli içerik üretilecek bir iş yapıyorsanız) Her gün en azından 2 fotoğraf paylaşılmalıdır.

INSTAGRAM'DA BAŞARI

- Sürekliliğinizi koruyun.

«Gün içinde minimum 4 fotoğraf attım. Tabii bu fotoğraflar kötü fotoğraflar değildi. Bu fotoğrafları çekmek için uğraş verdim. Ne kadar fazla fotoğraf eklersem o kadar da etiket ekledim ve daha fazla kişiye ulaştım.»

Hasan İlkey Özdoğan

INSTAGRAM'DA BAŞARI

- Her paylaşımın bir öyküsü olsun.

Instagram'da en az fotoğraf/video kadar önemli olan bir konu da görselin öyküsüdür. Fotoğrafların öyküsünü fotoğraf/video altına çarpıcı bir şekilde kullanmak gerekmektedir.

INSTAGRAM'A YARDIMCI UYGULAMALAR

- Desktop for Instagram (Chrome)

Instagram mobil bir uygulama olsa da masaüstü bilgisayarlarınızdan da kullanma gereği duyabilirsiniz. Bunun için geliştirilen uygulamalardan yardım alabilirsiniz. *(Güvenliğe mutlaka dikkat edin. Her uygulamayı kullanmayın.)*

Ayarlar → Uzantılar → Uzantılarda Ara
'Desktop for Instagram'

INSTAGRAM'A YARDIMCI UYGULAMALAR

- SnapSeed (iOS ve Android)

Instagram bir fotoğraf filtreleme programı olsa da bu uygulamanın filtreleri her zaman yeterli gelmemektedir. Bu noktada Photoshop benzeri programlar veya daha kullanıcı dostu Snapseed gibi programlardan yardım alınabilir.

INSTAGRAM'DA İŞLETME HESABI

- İşletme Hesabı'na Geçiş

Instagram işletme hesabı açmayı planlıyorsanız profilinizi ve hesabınızı işletme hesabına dönüştürmeniz gerekecektir. Bunu yaptığınız takdirde işletmeniz ile ilgili analitik değerlere ve ölçümlemelere erişim sahibi olacaksınız.

İşletme Hesabı'na geçmeniz için Instagram hesabınızı Facebook'taki işletme hesabınıza bağlamanız ve Ayarlar kısmından "İşletme Hesabına Geç" seçeneğini tıklamanız gerekmektedir.

INSTAGRAM'DA İŞLETME HESABI

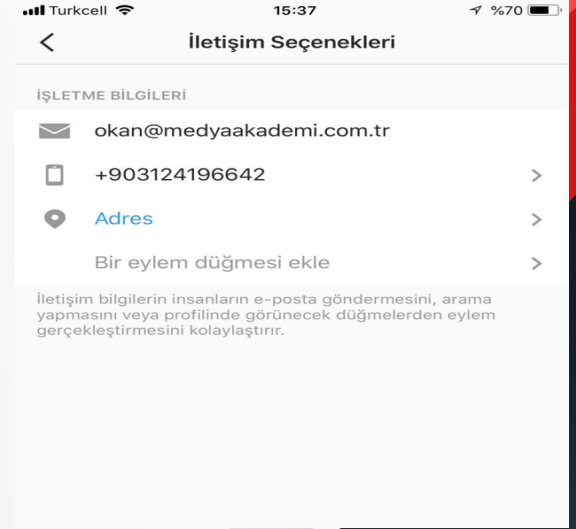
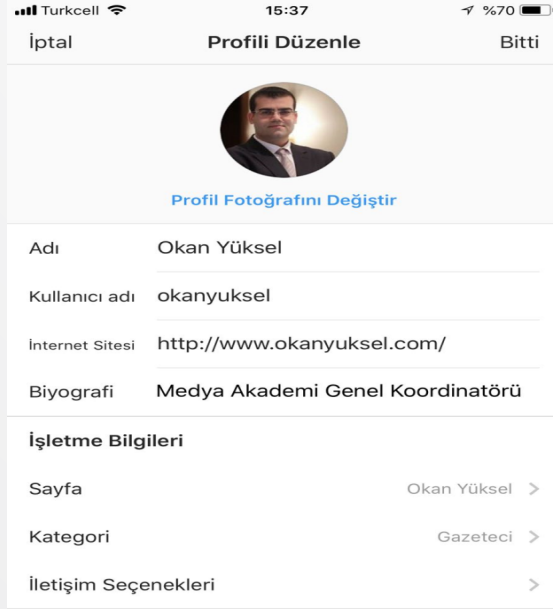
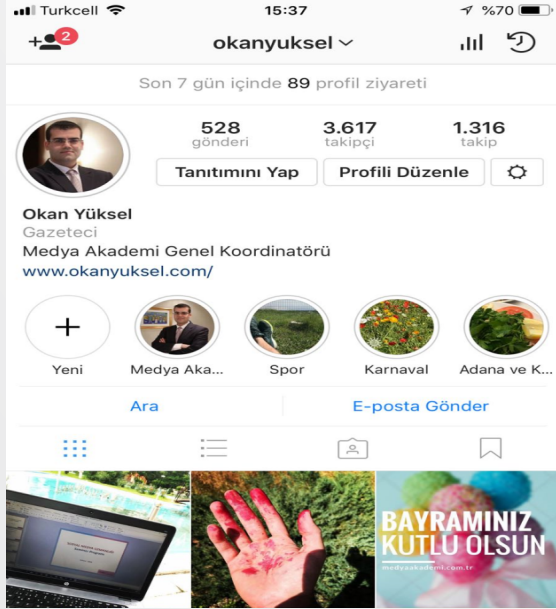
• İşletme Hesabı'nın Avantajları

Instagram işletme hesabı kullanıcılara profilleri üzerinde daha fazla kontrol sağlama ve bilgi edinme imkanı sağlar.

- İletişim bölümü aktif hale gelir. (Telefon, e-posta, adres)
- Hesabınız üzerinde daha fazla bilgiye erişim sağlayabilirsiniz. İstatistiklerinize erişiminiz açılır.
- Reklam verme özelliği aktif olur. Paylaşımlarınızı öne çıkartabilirsiniz.

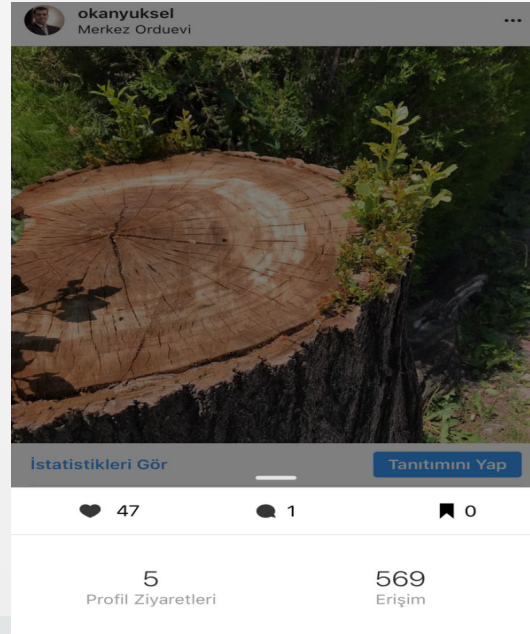
INSTAGRAM'DA İŞLETME HESABI

• İşletme Profilinizi Düzenleme



INSTAGRAM'DA İŞLETME HESABI

• İşletme Profilinizde İstatistikler



Sosyal Medya Görsel Ölçüleri

- Instagram

Profil Görseli: 110px x 110px

Paylaşım Görseli: Kare: 1080px x 1080px
 Dikey: 1080px x 1350px
 Yatay: 1080px x 566px

LINKEDIN

Bölüm III-Ç

POPÜLER SOSYAL MECRALAR

- LinkedIn

LinkedIn, 2002'de kurulmuş, 5 Mayıs 2003'te ABD'de kullanıma başlamıştır.

LinkedIn, iş dünyasındaki profesyonellerin iş ağlarını geliştirmeleri için kurulmuş iş odaklı bir sosyal ağıdır. Profesyonellerin kişisel hesapları ve şirketlerin sayfaları yer almaktadır. İş ağını geliştirmek için en iyi mecralardan bir tanesidir.



LinkedIn

- Şirket Sayfası

LinkedIn, profesyonel profilinizin yanı sıra şirketiniz için bir sayfa oluşturma şansı da sunmaktadır.

LinkedIn Şirket Sayfası, değerlerinizin şirketiniz, markanız, ürün ve hizmetleriniz ve iş fırsatlarınız hakkında daha fazla bilgi sahibi olmasını sağlar.

Not: LinkedIn'de bir şirket sayfası oluşturmak için aşağıdaki adımları tamamlamadan önce, gerçek ad ve soyadınızla LinkedIn profili oluşturmanız gerekir.

LinkedIN

- Şirket Sayfası oluşturmak
 1. LinkedIn ana sayfanızın sağ üst köşesinde yer alan İş simgesini tıklayın.
 2. Şirket Sayfası Oluştur'u tıklayın.
 3. Şirket Adınızı girin ve bir URL seçin. Tüm Şirket Sayfası URL'leri, linkedin.com/company/[ŞİRKETİNİZİN ADI] olarak yapılandırılacaktır.
 4. Şirket adına bu sayfayı oluşturmaya yetkili olduğunuzu onaylamak için doğrulama kutucuğunu işaretleyin.
 5. Sayfa oluştur düğmesini tıklayın.



Sosyal Medya Görsel Ölçüleri

- LinkedIn

Profil Görseli: 400px X 400px

Sayfa Profil Görseli : 300px X 300px

Kapak Görseli: 1000px X 425px

Sayfa Kapak Görseli: 1584px X 300px

Bağlantı Görseli Boyutu: 1200px X 627px

Profil Paylaşım Görseli: 1200px X 800px

Sayfa Paylaşım Görseli: 1200px X 627px



X (TWITTER)

Bölüm III-D

POPÜLER SOSYAL MECRALAR

- Twitter

280 karakterle paylaşımlar yapmanıza olanak sağlayan bir sosyal ağıdır. 21 Mart 2006'da ABD'de yayına başlamıştır.

Dünyada Instagram'a göre çok daha sönük bir profili olmasına rağmen Türkiye'de popülerdir. Dünyada Twitter'ın en yoğun kullanıldığı ülke Türkiye'dir.

POPÜLER SOSYAL MECRALAR

- Twitter'da temel kavramlar

Tweet: En fazla 280 karakterden oluşan Twitter paylaşımı.

Re-Tweet: Daha önce paylaşılan bir 'tweet'i paylaşmak.

Favori: Daha önce paylaşılan bir 'tweet'i beğenmek.

Mention: @ sembolü ile bir kullanıcı bağlantısını tweete ekleme.

Etiket: # sembolü ile Twitter'da aynı kelimelerin bağlanması.

TrendTopic (TT): Twitter'da gündem olan etiket ve kelimelerden oluşan popüler başlık sıralaması.

POPÜLER SOSYAL MECRALAR

- Twitter'da paylaşım yapmak

Twitter'da Facebook'a göre daha fazla içerik paylaşma şansımız var. Bu nedenle bu mecrada mevcuttaki iyi içerikleri günlük bir sınır olmadan paylaşabiliriz.

Mevcut içeriğimizin yeteri kadar olmadığı dönemlerde aynı içerikleri tekrar paylaşmamız da mümkündür.

POPÜLER SOSYAL MECRALAR

- İPUCU: Tekrar paylaşılacak içerikleri belirlemek

Twitter'da hangi içerikleri tekrar paylaşacağımıza istatistikler yardımıyla karar vermemiz gerekiyor.

analytics.twitter.com adresinden atılan tüm tweetlerin performansı kontrol edilmeli, etkileşim oranı %5'in üzerinde olan içerikler mutlaka paylaşılmalıdır. Etkileşim oranının fazlalığıyla doğru orantılı olarak tekrar paylaşım sayısı da öngörülmalıdır.

POPÜLER SOSYAL MECRALAR

- Ne zaman paylaşım yapılmalı?

Twitter'da günün her saati paylaşım yapılabilir. Ancak Facebook'ta olduğu gibi bu mecranın da yoğun ve az kullanıldığı zaman dilimleri var. Facebook'la paralel olarak bu mecra da 19.00 ila 23.00 arasında yoğun olmakta. Bu dilimde en fazla etkileşim gelmesi umulan içerikler paylaşılabilir.

Sabah paylaşılıp ilgi gören içerikler 19.00-23.00 diliminde tekrar paylaşılabilir.

POPÜLER SOSYAL MECRALAR

- Ne sıklıkla paylaşım yapılmalı?

Twitter'da yoğun bir içeriğe sahip iseniz saatte maksimum 6 tweet'i aşmamaya çalışmak; 10-15 dakikalık bir aralığı tutturmak gerekli. Aksi halde takipçilerinizin duvarı sizin tweetlerinizle dolacak bu da spam yaptığınız algısı yaratacağı için takipçi kaybetmenize neden olacaktır.

POPÜLER SOSYAL MECRALAR

- Nasıl paylaşım yapılmalı?

Twitter'da kısa, öz ve dikkat çekici metin kullanımı ile iyi fotoğraf seçimi yapmak etkileşim (başarı) oranını doğrudan etkilemektedir.

Kısa, öz ve dikkat çekici metin: Twitter, kullanıcılara 280 karakter sunsa da bunun hepsini kullanmak gibi bir zorunluluk hissedilmemeli. Bir tweette yer alan metin ne kadar kısa ve net olursa takipçideki etkisi de o kadar güçlü olacaktır.

POPÜLER SOSYAL MECRALAR

- Nasıl paylaşım yapılmalı?

Bilgilendiriciler: Twitter'daki takipçilerin paylaşılan haberin içeriğiyle ilgili daha fazla bilgi sahibi olması için bilgilendirici ifadeler kullanılmaktadır. Haberin içerisinde fotoğraf galerisi, video veya infografik varsa köşeli parantez içerisinde bu durum belirtilmelidir.

[Galeri] + Başlık + Link + Görsel veya

[Video] + Başlık + Link + Görsel

POPÜLER SOSYAL MECRALAR

- Twitter'da etiket kullanımı

Twitter kullanıcılara etiket (hashtag) kullanım şansı vermektedir. İyi bir tweette doğru etiket kullanımı aranmaktadır.

Etiket kullanımı tweetin görünürlüğünü arttırdığı gibi takipçilerin ilgili paylaşımları görmesine de olanak sağlar. Bu nedenle tweetlerde gerekli olduğu düşünülen etiketlerin kullanımı (iki adedi aşmamak kaydıyla) gereklidir.

POPÜLER SOSYAL MECRALAR

- İPUCU: Hangi etiketleri kullanmalıyız?

Etiket kullanımında her kelimenin önüne # koymak tweeti değersiz kılacaktır. Bu nedenle etiketleri seçerken gündemden yararlanılır.

Kişi, kurum ve kuruluşlar sürekli kullancaları etiketleri de oluşturabilirler. Bu Twitter'da etiket kullanımında kolaylık sağlayacaktır.

POPÜLER SOSYAL MECRALAR

- **BİLGİ: Twitter'da ilk etiket kullanımı**

Sosyal medyada etiket kullanımı ilk olarak Twitter'da ortaya çıkmış, yaygınlaşmıştır. Sembolü ilk keşfeden @chrismessina adlı Twitter kullanıcısıdır.



POPÜLER SOSYAL MECRALAR

- Etiket kullanırken unutmayın



#medyaakademi = #MedyaAkademi

#MedyaAkademi `nin = #MedyaAkademi'nin

#Koycegiz = #Köyceğiz

POPÜLER SOSYAL MECRALAR

- Mention kullanırken unutmayın



@medya_akademi = @Medya_Akademi

@Medya_Akademi `nin = @Medya_Akademi'nin

@Medya_Akademi`de = .@Medya_Akademi'de

POPÜLER SOSYAL MECRALAR

- Twitter'da kısa url kullanımı

Twitter'da uzun link kullanmak yerine bu linklerin kısa halleri kullanılmalıdır. Aksi halde paylaştığınız metinden daha uzun bir link oluşabilecek, metninizin vuruculuğunu düşürecektir.

bitly

POPÜLER SOSYAL MECRALAR

- Twitter'da görsel kullanımı

Twitter'da hemen her tweette görsel kullanımı önerilmektedir. Metninizi güçlendirecek, okuyucunun dikkatini çekecek fotoğraflar seçilmeli ve tweete eklenmelidir.

Tweetlerde görsel kullanımının takipçilerin ilgisini daha fazla çektiği kesin. Ancak konuyla ilgili görsel tercihi bu etkiyi düşürebilir de. Özensiz ve sık kullanılan bir görsel tweetin içeriğini öldürebilir.

POPÜLER SOSYAL MECRALAR

- Twitter'da '*liste*'ler

Twitter'da '*liste*' özelliği bulunmaktadır. Liste özelliği size kendinizi fark ettirmek ve belirli kitleleri çok kolay bir şekilde takip etme şansı sunar.

Kendiniz liste oluşturabileceğiniz gibi, gizli listeler de yapabilirsiniz.

POPÜLER SOSYAL MECRALAR

- Twitter'da 'liste'ler

Anasayfa Bildirimler Mesajlar Twitter'da Ara Tweakle

da

KİŞİSEL VERİLERİ KORUMA KANUNU (KVKK) TÜKETİCİYİ KURTARACAK MI? Mayıs sayısı

Tweetler 15,8 B Takip Edilen 265 Takipçiler 60,8 B Beğeni 1.548 Listeler 6 Takip ediliyor

Digital Age
@digitalage
Dijital iş ve kültür dergisi
digitalage.com.tr
Haziran 2008 tarihinde katıldı

Tweetler Tweetler ve yanıtlar Medya

Digital Age @digitalage · 8 dk.
Facebook, haber doğrulama programını Teyit.org ile birlikte hayata geçiriyor
dgtl.ag/2sl9ACF

Kişiye Tweetle
Listeye ekle veya listeden kaldır...
@digitalage adlı kullanıcıyı sessize al
@digitalage adlı kişiyi engelle
@digitalage adlı kişiyi bildir
Retweetleri kapat
Mobil bildirimleri aç
Bu Profili yerleştir

POPÜLER SOSYAL MECRALAR

- Twitter'da 'an'lar

Twitter'da 'Anlar' özelliği bulunmaktadır. Anlar özelliği size kendi tweetlerinizden veya seçtiğiniz diğer kişilerin tweetlerinden bir seçki sunma şansı verir.

Anlar oluşturarak, bunları Twitter duvarında takipçilerinizle paylaşabilirsiniz. Ayrıca 'An'lar Twitter profil sayfanızda da ayrıca bir menü olarak yer alır.

POPÜLER SOSYAL MECRALAR

- Twitter'da kullanıcı adı değiştirme

Twitter'da hesap açarken aldığınız kullanıcı adını daha sonra değiştirme şansınız vardır. Almak istediğiniz kullanıcı adını hesabınızı açtıktan daha sonra değiştirebilirsiniz.

Önemli Not: Kullanıcı adı değiştirmek, Twitter tarafından onaylı hesapların onay rozetinin kalmasına neden olur. Onaylı hesaplarda kullanıcı adı değiştirmeden önce Twitter ile iletişime geçilmesi gerekmektedir.

POPÜLER SOSYAL MECRALAR

- Twitter'da güvenlik ve gizlilik

Twitter'da «Ayarlar ve Gizlilik» başlığı altında yer alan «Gizlilik ve Güvenlik» bölümünden hesabınızın ayarlarını yapabilirsiniz.

- Korumalı tweetler (*Tweetlerinizi herkes görüyor mu?*)
- Fotoğraf etiketleme onayları (*Her fotoğrafta yer alıyor musunuz?*)
- Keşfedilebilirlik (*Telefon veya mail ile bulunabiliyor musunuz?*)
- Kişiselleştirme ve veri (*Bilgilerinizi paylaşıyor musunuz?*)
- Direkt mesajlar (*Herkes size mesaj atabiliyor mu?*)

POPÜLER SOSYAL MECRALAR

- Twitter'da 'Media Studio'

Twitter Media Studio ile mecraya yüklediğiniz tüm fotoğraf, görsel ve videoları bir arada görebilir, bunları düzenleyebilir ve tekrar yüklemeye gerek kalmaksızın tekrar tekrar paylaşabilirsiniz.

Media Studio ile fotoğraf, görsel ve videoları sponsorlu olarak tanıtabilir, uzun süreli videoları bu araçla paylaşabilirsiniz.

POPÜLER SOSYAL MECRALAR

- Twitter'da müşteri/takipçi ilişkileri
- <https://tweetdeck.twitter.com/>

Twitter'da müşterilerinizle ilişkileri için ana hesabın yanı sıra bir destek hesabı da açmanız önerilir. Ana hesabınızdan, doğrudan müşteri ilişkileri yönetimi verimli değildir.

@DenizBank → @DenizDinliyor

@Turkcell → @TurkcellHizmet

@TK_TR → @TK_HelpDesk

POPÜLER SOSYAL MECRALAR

- Twitter'da müşteri/takipçi ilişkileri

Twitter'da müşterileri ilişkilerinde dikkat edilecekler

- HIZ (*Hızlı geri dönüş - En fazla 1 saat*)
- Üslup (*Saygın, sıcak*)
- Mecra (*Mecra Değişimi - Web sitesi formu, mail veya telefon*)

POPÜLER SOSYAL MECRALAR

- **Twitter'da 'detaylı arama' teknikleri**

Retweet olmayan sonuçları görüntüleme: **-RT**

Kullanıcı tweet'lerini arama sayfasından görüntüleme:
from: kullanıcı adı

Sadece link içeren paylaşımları görüntüleme: **filter: link**

Tweet moduna göre aratma: **:) , :(, ?**

POPÜLER SOSYAL MECRALAR

- Twitter'da 'detaylı arama' teknikleri

"Döner" geocode:39.90999987167402,32.76960859113344,1km

"Dijital pazarlama"

geocode:39.912904854608726,32.81790981106626,23km

"beymen" geocode:40.2105503,28.9242347,20km

POPÜLER SOSYAL MECRALAR

- Twitter'da 'detaylı arama' teknikleri

geocode:42.06321474870849,41.9699978079097,100km
from:okanyuksel

"bakı", since:[2021-01-01] until:[2021-01-02]

geocode:40.505962000042274,44.56607500549064,100km

POPÜLER SOSYAL MECRALAR

- Twitter'da 'detaylı arama' teknikleri

Zamana göre arama:

Baki, since:[YYYY-AA-GG] until:[YYYY-AA-GG] from:okanyuksel

from:okanyuksel

bitcoin, since:2005-01-01 until:2008-01-01

from:rterdogan

since:2019-01-01 until:2019-01-10 geocode:39.89483014298756,32.775760946968,200km

from:okanyuksel

since:2019-01-01 until:2019-01-10 from:okanyuksel

Sosyal Medya Görsel Ölçüleri

- Değişen sadece ölçüleri olsun

Sosyal mecralarda profil ve kapak fotoğrafları ölçüleri farklı olsa da; kendileri aynı olmalı.

Facebook, Instagram, Twitter ve YouTube'da aynı profil görsellerini kullanın. **Değişen sadece ölçüleri olsun.**

Sosyal Medya Renk Tercihleri



Twitter ve Kişisel Marka Yönetimi

- İçerik havuzu oluşturun, bunu zamanlayın
- Günde en az 6 paylaşım yapın, sürekliliğinizi koruyun
- Sektörünüzle ilgili arama yaparak, ilgili paylaşımları izleyin
- Diğer kullanıcılarla iletişime geçerek, insanlara yardımcı olun

Twitter'da Hesap ve İçerik Yönetimi

- Tweetdeck

Tweetdeck, Twitter bünyesinde hizmet veren bir hizmettir. Tweetdeck ile neler yapılabilir? (**tweetdeck.twitter.com**)

- Birden çok hesabı aynı anda yönetebilir,
- Tweet atabilir,
- Tweetlerinizi zamanlayabilir,
- Twitter'da düzenli ve otomatik tarama yapabilirsiniz.

KAPALI SOSYAL AĞLAR

Bölüm III-E

KAPALI SOSYAL AĞLAR

- **Kapalı Sosyal Ağ nedir?**

Sosyal medya kullanıcılarının mahremiyet arayışına yanıt kapalı sosyal ağlar oldu. Kişisel bilgi ve paylaşımların sadece kısıtlı ve özel olarak seçilebilen bir kitle ile paylaşılabilirdiği kapalı sosyal ağlar, son yıllarda kullanıcı sayılarını hızla artırmaya başladı.

WhatsApp, Telegram ve WeChat son yılların popüler kapalı sosyal ağları arasında sayılabilir.

KAPALI SOSYAL AĞLAR

- **WhatsApp**

WhatsApp, Dünyanın en popüler kapalı sosyal ağları arasında sayabileceğimiz bir anlık mesajlaşma uygulamasıdır.

WhatsApp'ı kişisel markanız ve şirketiniz için önemli bir sosyal mecraya dönüştürebilirsiniz.

KAPALI SOSYAL AĞLAR

- **Telegram**

Telegram, Rusya merkezli WhatsApp'a alternatif olabilecek bir mesajlaşma uygulamasıdır.

Türkiye'de de oldukça yoğun olarak kullanılmaya başlayan Telegram'ı önemli bir sosyal mecraya dönüştürebilirsiniz.

SOSYAL MEDYA İÇERİK STRATEJİSİ

Bölüm IV

SOSYAL MEDYA İÇERİK YÖNETİM SİSTEMLERİ

Bölüm V

SOSYAL MEDYA YÖNETİM SİSTEMLERİ

- Buffer

- Hedeflediğiniz Arama Grubunu Belirleyin
- SEO'ya Uyumlu Başlık Seçin
- SEO'ya Uygun İçerik Oluşturun
- Ara Başlık Kullanımına Dikkat Edin
- Yazınızı SEO'ya Uygun Olarak Etiketlendirin
- Dil Kurallarına Uygun Makaleler Yazın
- Kopyala/Yapıştır Yapmayın

SOSYAL MEDYA YÖNETİM SİSTEMLERİ

- Hootsuite

- Hedeflediğiniz Arama Grubunu Belirleyin
- SEO'ya Uyumlu Başlık Seçin
- SEO'ya Uygun İçerik Oluşturun
- Ara Başlık Kullanımına Dikkat Edin
- Yazınızı SEO'ya Uygun Olarak Etiketlendirin
- Dil Kurallarına Uygun Makaleler Yazın
- Kopyala/Yapıştır Yapmayın

SOSYAL MEDYA YÖNETİM SİSTEMLERİ

• Social Flow

- Hedeflediğiniz Arama Grubunu Belirleyin
- SEO'ya Uyumlu Başlık Seçin
- SEO'ya Uygun İçerik Oluşturun
- Ara Başlık Kullanımına Dikkat Edin
- Yazınızı SEO'ya Uygun Olarak Etiketlendirin
- Dil Kurallarına Uygun Makaleler Yazın
- Kopyala/Yapıştır Yapmayın

SOSYAL MEDYA YÖNETİM SİSTEMLERİ

• Falcon Social

- Hedeflediğiniz Arama Grubunu Belirleyin
- SEO'ya Uyumlu Başlık Seçin
- SEO'ya Uygun İçerik Oluşturun
- Ara Başlık Kullanımına Dikkat Edin
- Yazınızı SEO'ya Uygun Olarak Etiketlendirin
- Dil Kurallarına Uygun Makaleler Yazın
- Kopyala/Yapıştır Yapmayın

SOSYAL MEDYA RAPORLAMASI

Bölüm VI

WEB TASARIM VE WORDPRESS

Bölüm VII

BLOGLAR (WEB-LOG)

- Blog nedir?

Blog, “web” ve “log” kelimelerinin kaynaşması sonucu doğmuş İngilizce bir kelimedir.

“Web” bilindiği üzere “ağ”, “log” ise “kayıt” anlamına gelmektedir. Bu noktada “blog”un Türkçe tam karşılığını “ağ kayıtları” olarak kabul edebiliriz.

BLOGLAR (WEB-LOG)

- Blog nedir?

2004 yılında, sözlük basımcısı Meriam-Webster Inc. tarafından yılın en önemli 10 kelimesi arasında sıralanan “blog”, söz konusu sözlükte şu şekilde yer almıştır:

Blog, online kişisel günlük içeren bir web sitesidir ve genellikle tepkiler, yorumlar ve linkler barındırır.

BLOGLAR (WEB-LOG)

- Neden Blog?

“Bir internet sitesi kurabilirsiniz ancak oldukça teknik olmak zorundasınız ve günde on defa yayımlanması için siteye bir şeyler koymak kolay bir iş değil. Oysa blog yazmak, işleri oldukça kolaylaştırıyor ve insanlara dış dünyadan istedikleri herhangi bir kişiyle istedikleri şeyi konuşma şansı veriyor.”

Greg Reinacker - News Gator

BLOGLAR (WEB-LOG)

- Ücretsiz Blog Servisleri
 - WordPress
 - Blogspot (Blogger)
 - Blogcu

BLOGLAR (WEB-LOG)

- Blog türleri nelerdir?

- Kişisel bloglar
- Topluluk blogları
- Şirket blogları
- Seçim blogları
- Haber-yorum blogları
- Yemek blogları
- Edebiyat blogları
- Tasarım blogları
- Etkinlik blogları
- Moda blogları
- Video bloglar

BLOGLAR (WEB-LOG)

- İnsanlar neden blog yazar?
 - Kişisel marka oluşturmak
 - Bilgi ve fikirlerini insanlarla paylaşmak
 - İnsanların bilgi ve fikirlerini öğrenmek
 - Çevre edinmek, iş ilişkileri kurmak
 - Reklamlarla gelir elde etmek
 - Tepki göstermek
 - Kullanım kolaylığı

BLOGLAR (WEB-LOG)

- İnsanlar neden blog okur?
 - Blog yazarı doğru bildiğini yazar
 - Blog yazarı samimidir
 - Blog yazarı sizi okur/dinler
 - Blog yazarı farklı, özel (niş) konularda da yazar
 - Blog yazarı sizden para istemez

BLOGLAR (WEB-LOG)

- Başarılı bir blog için neler gerekli?
 - Yazım tarzınızın internet uygun olması gerekli (Doğru üslup, kısa yazı, ara başlık...),
 - Fotoğraf, infografik ve video gibi görsel öğeler de kullanılmalı,
 - Doğru yerde, doğru linkler kullanılmalı,
 - Periyodikleşme sağlanmalı, ne zaman güncelleneceği tahmin edilebilmeli,
 - Yorumlar gözardı edilmemeli.

BLOGLAR (WEB-LOG)

- Başarılı bir blog için neler gerekli?
 - Yazım tarzınızın internet uygun olması gerekli (Doğru üslup, kısa yazı, ara başlık...),
 - Fotoğraf, infografik ve video gibi görsel öğeler de kullanılmalı,
 - Doğru yerde, doğru linkler kullanılmalı,
 - Periyodikleşme sağlanmalı, ne zaman güncelleneceği tahmin edilebilmeli,
 - Yorumlar gözardı edilmemeli.

SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO)

Bölüm VIII

ARAMA MOTORU OPTİMİZASYONU (SEO)

- **SEO Nedir?**

SEO, İngilizce, Search Engine Optimization kelimesinin kısaltmasıdır. "Arama Motoru Optimizasyonu" olarak Türkçeye çevrilebilir.

ARAMA MOTORU OPTİMİZASYONU (SEO)

- **SEO Nedir?**

SEO ile bir web sitesinin ve/veya bir web sitesindeki içeriğin arama motorlarında en iyi şekilde, yani mümkün olan ilk sayfada ve dikkat çekici bir tarzda yer almasını sağlayabilirsiniz.

ARAMA MOTORU OPTİMİZASYONU (SEO)

- **SEO Neden Önemli?**

SEO önemlidir! Çünkü SEO ile ziyaretçi, ziyaretçi ile de para kazanabilirsiniz. Unutmayın ki arama motorlarında iyi bir yer edinebildiğiniz takdirde internette var olabilirsiniz. Bu nedenle ister blog yazarı olun, ister site sahibi; mutlaka ama mutlaka SEO çalışmalarına da önem verin.

ARAMA MOTORU OPTİMİZASYONU (SEO)

• Site İçi ve Dışı SEO?

SEO için site/blog içerisinde düzenlemeler yapmanız gereklidir. Ayrıca site/blog dışındaki düzenlemeler de arama motorlarındaki sıralamanızı etkileyecektir.

- Site İçi SEO
- Site Dışı SEO

ARAMA MOTORU OPTİMİZASYONU (SEO)

• Site İçi SEO Önerileri

- Siteniz/blogunuz için doğru başlık ve açıklama seçin,
- Tüm yazı ve içeriğiniz için doğru başlık seçin,
- HTML etiketlerini doğru kullanın (H1, bold...),
- Sitenizin URL yapısını düzeltin,
- Anahtar kelime yoğunluğu %3,

ARAMA MOTORU OPTİMİZASYONU (SEO)

• Site İçi SEO Önerileri

- Çok kısa yazmayın, en az 400 kelime olsun,
- Resim altı yazılara dikkat edin,
- Site içi ve site dışı bağlantı vermeyi ihmal etmeyin,
- Site haritanızı oluşturun,
- Ve en önemlisi: Başarılı SEO için kaliteli içerik üretin.

ARAMA MOTORU OPTİMİZASYONU (SEO)

• Site Dışı SEO Önerileri

- Diğer sitelerden bağlantı alın,
- Tanıtım yazılarınız olsun,
- Sosyal medyayı aktif olarak kullanın,
- Erişimi maksimuma çıkartın,
- İçerik olmadan SEO olmaz, kaliteli içerik üretin!
- Google cezalarına dikkat edin.

ARAMA MOTORU OPTİMİZASYONU (SEO)

• SEO'ya Uygun İçerik Üretimi

- Hedeflediğiniz Arama Grubunu Belirleyin
- SEO'ya Uyumlu Başlık Seçin
- SEO'ya Uygun İçerik Oluşturun
- Ara Başlık Kullanımına Dikkat Edin
- Yazınızı SEO'ya Uygun Olarak Etiketlendirin
- Dil Kurallarına Uygun Makaleler Yazın
- Kopyala/Yapıştır Yapmayın

ARAMA MOTORU OPTİMİZASYONU (SEO)

- SEO İçin Öneriler
 - Google Search Console
 - Google Analytics
 - SEO Analiz Programları
 - Site Açılış Hızları
 - Kullanıcı Deneyimi ve Mobil (UX)