PAZARLAMA ANALİTİĞİ VAKA ÇALIŞMASI · ÜNLÜ & Co

UNLU SIGNAL

Yapay Zeka Destekli Pazarlama Analitiği, Dijital Performans ve Rakip İstihbaratı

ÜNLÜ & Co'nun mevcut dijital iletişim faaliyetlerini daha sistematik içgörülere ve ölçülebilir kararlara dönüştürmek için tamamlayıcı bir analitik katman önerisi.

Hazırlayan: Emre Yücesoy

Pazarlama Uzun Dönem Stajyer Adayı · Bağımsız çalışma

Sürüm: Kasım 2026 · Kamuya açık kaynaklara dayanır

Bu çalışma ÜNLÜ & Co tarafından talep edilmemiş, onaylanmamıştır; şirketin iç verilerine erişim yoktur.

01

Yönetici özeti

> ÜNLÜ & Co, finansal okuryazarlık ve uzmanlık paylaşımını uzun süredir dijital kanallarda sürdüren bir kurum. Asıl fırsat daha fazla içerik üretmek değil; üretilen içeriğin hangi kitleyi, hangi iş sonucuna ne ölçüde taşıdığını ortak bir ölçüm çerçevesinde görebilmek.

2017

ÜNLÜ THE CLUB YouTube kanalının yayına başladığı yıl DOĞRULANMIŞ

393.240

ÜNLÜ THE CLUB video içeriklerinin toplam izlenmesi, 2023 Faaliyet Raporu DOĞRULANMIŞ

17 / 12 bin

Piapiri'nin 2024'te etkinlik düzenlediği üniversite / ulaştığı öğrenci DOĞRULANMIŞ

Ne gözlemledik?

- **Güçlü içerik varlıkları mevcut.** ÜNLÜ THE CLUB (2017'den beri, 2022'de Stevie ve Globee ödülleri), ÜNLÜ Menkul araştırma bültenleri, Piapiri'nin kampüs etkinlikleri ve Kadın Teknoloji Girişimcileri Akademisi farklı kitlelere hitap eden, birbirinden bağımsız büyümüş varlıklar.
- **Kurumsal site bir "kurumsal vitrin" olarak kurgulanmış.** Ana menü Hakkımızda, Faaliyet Alanları, Kariyer, Sürdürülebilirlik, Yatırımcı İlişkileri ve Basın Odası'ndan oluşuyor; araştırma ve eğitim içeriklerine ayrılmış bir üst seviye "içgörü" merkezi ana menüde gözlenmedi KAMU GÖZLEMİ .
- **Rakipler içeriği dağıtım ve hesap ilişkisine daha doğrudan bağlıyor.** Gedik Yatırım bazı araştırma ürünlerini e-bülten aboneliğine bağlıyor; PhillipCapital günlük bültenlerini finans haber sitelerinde düzenli olarak yeniden yayımlatıyor KAMU GÖZLEMİ .

Ne öneriyoruz?

UNLU SIGNAL: dört modüllü, düşük kodlu bir analitik katman. (1) Kanalları tek veri modelinde birleştiren performans paneli, (2) kamuya açık rakip içeriklerini izleyen bir yapay zeka ajanı, (3) içerik sınıflandırma ve yeniden kullanım asistanı, (4) insan onaylı haftalık otomatik rapor. Buna, içeriği e-bülten ve iletişim talebine bağlayan **"Erişimden İlişkiye"** ölçüm yaklaşımı eşlik ediyor. Önerinin tamamı 30 günlük bir prototip ve pilot olarak tasarlandı; üretim ölçeğinde bir sistem iddiası taşımıyor.

Bu raporda kullanılan etiketler

DOĞRULANMIŞ şirket yayınında doğrulanan veri KAMU GÖZLEMİ kamuya açık sayfada görülen uygulama YORUM analitik değerlendirme VARSAYIM test edilmesi gereken stratejik varsayım TEYİT GEREKLİ bu çalışmada birincil kaynaktan doğrulanamadı DEMO örnek veri

02

Şirket ve pazarlama yapısı

ÜNLÜ & Co, 1996'da İstanbul'da kurulmuş; yatırım bankacılığı, yatırım danışmanlığı ve varlık yönetimi alanlarında faaliyet gösteren bir finansal hizmetler grubu. Grup, 2024 Faaliyet Raporu'na göre Türkiye'deki 7 ofisine ek olarak New York ve Londra'da faaliyet gösteriyor. Kurumsal sitede faaliyet alanları Kurumsal Finansman, Sermaye Piyasaları, Yatırım Hizmetleri ve Varlık Yönetimi olarak dört başlıkta toplanıyor.

Varlık / birim	Pazarlama açısından rolü	Kanıt
Kurumsal marka (ÜNLÜ & Co)	Kurumsal itibar, yatırımcı ilişkileri, işveren markası; kurumsal ve nitelikli yatırımcı kitlesi	KAMU GÖZLEMİ unluco.com menü yapısı
ÜNLÜ THE CLUB (YouTube)	Sektör analizleri, finans gündemi, yeni nesil ürünler ve kadın girişimcilere yönelik gelişim içerikleri; uzman yorumuyla bilgi paylaşımı	DOĞRULANMIŞ basın bülteni, 2023 FR
ÜNLÜ Menkul Araştırma	Günlük yurt içi / yurt dışı piyasa bültenleri; SPK uyarı metni ve KVKK aydınlatmasıyla dağıtılıyor	KAMU GÖZLEMİ üçüncü taraf rapor arşivleri
Piapiri	Genç ve bireysel yatırımcıya yönelik fintech; 2024'te bağımsız şirket oldu, 2025'te BIST ve ABD işlemlerini tek platformda birleştirecek şekilde yenilendi	DOĞRULANMIŞ unluco.com Tarihçe, 2024 FR
Kadın Teknoloji Girişimcileri Akademisi	Sosyal etki ve marka itibarı; 2024–2025 dönemi mezunları toplam 1,2 milyon USD yatırım aldı	DOĞRULANMIŞ unluco.com Tarihçe

2024 ve 2025 faaliyet raporu pazarlama verileri

Proje talimatında 2025 Faaliyet Raporu'ndan "2.000'in üzerinde içerik, 40 milyonun üzerinde sosyal medya erişimi, 11.000'in üzerinde yeni takipçi, ÜNLÜ THE CLUB kapsamında 5,2 milyon video gösterimi" ve 2024 raporundan "635 sosyal medya içeriği, yaklaşık 4,5 milyon erişim, ~815.000 video erişimi, aylık ortalama 115 materyal" verileri aktarılmıştır. Raporların içindekiler bölümünde Kurumsal İletişim ve Pazarlama başlığı 2025 raporunda s. 108'de, 2024 raporunda s. 66'da yer alıyor; ancak bu çalışmada erişilen otomatik metin çıkarımı bu sayfaları kapsamadığı için rakamlar birincil kaynaktan doğrulanamadı TEYİT GEREKLİ .

Neden yıllar arası büyüme hesaplamadık?

2024 verisi "erişim" ve "video erişimi", 2025 verisi "erişim" ve "video gösterimi" olarak ifade ediliyor. Gösterim (impression) aynı kişiye tekrarlı gösterimleri sayar, erişim (reach) tekil kişiyi; platform kapsamı da (2024'te Meta, X, LinkedIn, YouTube) 2025 için belirtilmemiş. Ölçüm tanımı ve kapsam aynı olduğu kanıtlanmadan "x kat büyüme" ifadesi yanıltıcı olur. UNLU SIGNAL'in ilk işlevlerinden biri tam da bu tanımları sabitlemek.

Organizasyonel bağlam

Kamuya açık basın bültenlerinde ilgili yöneticinin unvanı "İnsan Kaynakları ve Kurumsal İletişim ve Pazarlama Yönetici Direktörü" olarak geçiyor; yani iletişim ve pazarlama fonksiyonu insan kaynaklarıyla aynı liderlik altında konumlanmış KAMU GÖZLEMİ . 2024 Faaliyet Raporu'nun Piapiri bölümünde "pazarlama ve iş geliştirme gibi birimlerle organizasyon yapısının yeniden yapılandırıldığı" ifadesi yer alıyor. Talimatta belirtilen Kurumsal İletişim ve Pazarlama departmanının 2024'teki yeniden yapılanması ve sitenin Şubat 2026'da yenilenmesi bu çalışmada bağımsız bir kaynaktan doğrulanamadı TEYİT GEREKLİ ; site footer'ında "© 2026" ibaresi ve İngilizce URL yapısı görülüyor.

YORUM Departmanın iş birimlerine daha entegre destek verdiği bir modelde, ortak bir KPI sözlüğü ve kanal-üstü raporlama, birimlerin pazarlama katkısını aynı dille konuşmasını sağlar. Site yenilemesi ise ölçüm altyapısını (GA4 olayları, UTM, form takibi) baştan doğru kurmak için doğal bir fırsat penceresidir.

03

Dijital pazarlama analizi

Kurumsal internet sitesi

Boyut	Gözlem (kamuya açık)	Pazarlama anlamı ve test edilecek soru
Mimari ve navigasyon	Altı ana menü: Hakkımızda, Faaliyet Alanları, Kariyer, Sürdürülebilirlik, Yatırımcı İlişkileri, Basın Odası; TR/EN dil seçimi ve arama.	Kurumsal paydaşlar için net. **Soru:** Bireysel kitle siteye geldiğinde eğitim/araştırma içeriğine kaç tıklamada ulaşıyor?
Hizmet bulunabilirliği	Faaliyet alanları alt sayfalara iyi ayrışmış (ör. Birleşme ve Satın Alma Danışmanlığı, DAHA Yatırım Danışmanlığı, Sorunlu Alacak Yönetimi).	Hizmet sayfalarında iletişim formu/CTA kullanım oranı ölçülmeli.
Araştırma ve raporlar	Araştırma bültenleri ÜNLÜ Menkul markasıyla dağıtılıyor; kurumsal sitenin ana menüsünde ayrı bir araştırma/içgörü bölümü gözlenmedi.	Araştırma, güvenilirliğin en güçlü kanıtı. **Soru:** Rapor okuyucularının ne kadarı e-bültene veya hizmet sayfasına geçiyor?
E-bülten	Sayfa altında "Join Our Updates" abonelik formu ve ticari elektronik ileti onayı metni mevcut.	İzinli ilişki kurmanın ana aracı. Form başlatma → gönderme oranı ve kaynak kanalı ölçülmeli.

GA4 verisine erişim olmadığı için trafik, hemen çıkma, dönüşüm oranı veya kullanıcı davranışı hakkında hiçbir iddiada bulunulmamıştır. Mobil kullanılabilirlik ve arama görünürlüğü bu çalışmada ölçülmedi; pilotta Lighthouse ve Search Console ile ölçülmesi önerilir. Footer'da Facebook, X, LinkedIn, YouTube ve Instagram bağlantıları yer alıyor; Piapiri'nin kampüs/festival temasları Bölüm 8'de ele alınıyor. Önerilen ölçüm yapısı Bölüm 10'dadır.

Kanal değerlendirmesi (nitel)

Kanal	Gözlemlenen rol	Geliştirme alanı YORUM
LinkedIn	Kurumsal duyurular, işlem/danışmanlık haberleri, ödüller, işveren markası için doğal kanal.	Yönetici ve analist sesini kurumsal sayfayla birlikte planlamak; carousel ile araştırma özeti; takipçi artışı yerine siteye tıklama ve e-bülten kaydını ana KPI yapmak.
Instagram	Görsel marka kimliği, etkinlik, kampüs ve sosyal etki içerikleri.	Finansal okuryazarlık Reels serisi; Piapiri kampüs kitlesiyle köprü; profil bağlantısında UTM'li açılış sayfası.
YouTube	ÜNLÜ THE CLUB: uzman yorumu, sektör analizi, gündem, kadın girişimciler.	Oynatma listesi mimarisi (eğitim / piyasa / girişim), açıklama bağlantılarında standart UTM, uzun videodan dikey kesit (Shorts).
X	Hızlı piyasa ve kurumsal duyuru iletişimi.	Yatırım tavsiyesi algısı yaratmayan, bülten ve rapora yönlendiren kısa notlar; uyum onay akışı zorunlu.

İçerik sınıflandırma çerçevesi

Kamuya açık içerikler için sayısal performans verisi bulunmadığından aşağıdaki tablo **nitel**dir; amaç, UNLU SIGNAL'in her içeriği etiketleyeceği ortak taksonomiyi tanımlamaktır.

Kategori	Hedef kitle	İletişim amacı	Format	İş değeri	Önerilen KPI
Finansal okuryazarlık	Genç, yeni yatırımcı	Güven, farkındalık	Reels, kısa video, carousel	Uzun vadeli kitle	Kaydetme, izlenme %, e-bülten kaydı
Piyasa değerlendirmeleri	Bireysel yatırımcı	Uzmanlık, düzenli temas	Bülten, video, X	Alışkanlık, dönüş ziyareti	Bülten açılma/tıklama, dönüş oturumu
Yatırım araştırmaları	Nitelikli, kurumsal	Güvenilirlik	PDF rapor, LinkedIn özeti	Müşteri ilişkisi	Rapor indirme, hizmet sayfası geçişi
Kurumsal duyurular	Yatırımcı, basın	Şeffaflık	Basın bülteni, LinkedIn	İtibar	Erişim, basın yansıması

Marka ve itibar	Geniş paydaş	Konumlandırma	Video, görsel	Bilinirlik	Marka araması (Search Console)
Girişimcilik / iş dünyası	Şirket sahipleri	Uzman konum	Röportaj, panel	Kurumsal finansman ilişkisi	İletişim talebi, etkinlik kaydı
Yönetici / uzman iletişimi	Profesyonel ağ	Düşünce liderliği	LinkedIn, video	Güven	Etkileşim oranı, profil → site
İşveren markası	Öğrenci, aday	Yetenek çekme	Reels, kampüs	İşe alım	MT/staj sayfası ziyareti, başvuru
Sosyal sorumluluk	Toplum, girişimci	Değer, etki	Hikaye, video	İtibar	Erişim, başvuru sayısı

04

Rakip karşılaştırması

> Tablo yalnızca kamuya açık olarak gözlemlenebilen uygulamaları gösterir. Hiçbir kurum için trafik, etkileşim veya müşteri performansı iddiası yapılmamış, sıralama oluşturulmamıştır.

Not: ÜNLÜ & Co'nun iş modeli kurumsal finansman ve yatırım bankacılığı ağırlıklıdır; karşılaştırılan kurumlar ise ağırlıklı olarak bireysel aracılık yapıdadır. Karşılaştırma pazarlama uygulamaları içindir, iş modeli denkliği varsaymaz.

Boyut	ÜNLÜ & Co	Gedik Yatırım	Ak Yatırım	PhillipCapital TR
Konumlanma	Yatırım bankacılığı, danışmanlık, varlık yönetimi; küresel ofisler	1991'den beri köklü aracı kurum; halka arz liderliği ve geniş şube ağı vurgusu	Akbank iştiraki; araştırma derinliği ve yönetime erişim avantajı vurgusu	Singapur merkezli grubun 2012'den beri Türkiye operasyonu; teknoloji ve uluslararası borsalara erişim
İçerik odağı	Sektör analizi, gündem, kadın girişimciler, eğitim (ÜNLÜ THE CLUB, Piapiri)	Günlük piyasa, haftanın hisseleri, PPK özel yayınları, bilanço analizleri, Yatırım 101	Makro, sektör, hisse, faiz/döviz/emtia; TR ve EN	Günlük bülten ve teknik hisse görünümü, haftalık teknik model portföy
Formatlar	YouTube video, PDF bülten, etkinlik, sosyal medya	YouTube program konseptleri (canlı yayın), sitede video arşivi, rapor/bülten	Günlük bülten, veri dosyası, kantitatif bülten, strateji raporu	PDF bülten ve model portföy, haber sitelerinde yeniden yayın
Finansal eğitim	Piapiri kampüs etkinlikleri (2024: 17 üniversite); ÜNLÜ THE CLUB	"Yatırım 101" ve "Şirketlerin Bilanço Dönemleri" seri konseptleri	Gözlenen yapı araştırma ağırlıklı	Başlangıç rehberi tipinde içerik sınırlı gözlendi
Araştırma dağıtımı	ÜNLÜ Menkul bültenleri; üçüncü taraf arşivlerde de yer alıyor	Bazı raporlar için "görüntülemek için bültene abone olun" kapısı	Araştırma sayfasında geniş katalog	Foreks, Uzmanpara gibi finans sitelerinde günlük yeniden yayın
Dönüşüm aksiyonu	E-bülten formu, kariyer başvurusu, iletişim	Bülten aboneliği, hesap açma, YouTube aboneliği	Hesap açma, işlem kanalları	Hesap açma, mobil uygulama, TradingView üzerinden işlem
Yenilikçilik	Piapiri: hazır sepetler, YZ önerileri	Gedik Trader; 2023'te site yenilendi	Algoritmik işlem imkânı	TradingView entegrasyonu (2024); BIST'te online hissede sıfır komisyon (Temmuz 2026); YZ merkezli teknoloji yatırımı vurgusu

Öğrenilebilecek 3 uygulama

- **Seri konseptleri:** Gedik'in adlandırılmış, takvimli YouTube programları izleyicide alışkanlık yaratmaya dönük.
- **Araştırma = abonelik kapısı:** Değerli içeriği e-bülten kaydına bağlamak, izinli iletişim tabanı oluşturur.
- **Sendikasyon:** PhillipCapital'in bültenleri haber sitelerinde yeniden yayımlanıyor; markanın kendi kanalları dışında görünürlük.

ÜNLÜ & Co için 3 potansiyel fırsat

- Araştırma, ÜNLÜ THE CLUB ve eğitim içeriklerini tek bir "içgörü" merkezinde toplayan site bölümü.
- Rapor ve video açılış sayfalarında e-bülten kaydını birincil dönüşüm olarak tanımlamak.
- Kampüs ve festival temaslarını UTM/QR ile dijital yolculuğa bağlamak.

3 farklılaşma önerisi

- **Sermaye piyasaları anlatıcılığı:** Halka arz, tahvil ihracı, M&A süreçlerinin tarafsız eğitim içerikleri; rakiplerin hisse yorumu ağırlıklı içeriğinden ayrışır.
- **Girişimci ve kadın girişimci ekosistemi:** Akademi mezun hikayeleri ile kurumsal finansman uzmanlığının birleşimi.
- **Küresel perspektif:** New York ve Londra varlığından beslenen "Türkiye'ye dışarıdan bakış" serisi.

İçerik ile iş hedefini birleştiren 3 fikir

- Sektör raporu → LinkedIn carousel → ilgili kurumsal finansman hizmet sayfası (iletişim formu).
- Eğitim Reels'i → "Piyasa Notları" e-bülten açılış sayfası → aylık izinli bülten.
- İşveren markası videosu → MT/staj sayfası; başvuru kaynağı UTM ile raporlanır.

05

Temel bulgular ve fırsatlar

Aşağıdaki bulgular "sorun tespiti" değil, gerçek şirket verisiyle test edilmesi gereken **araştırma sorularıdır**.

#	Bulgu	Neden önemli	Test edilecek soru / veri
1	İçerik varlıkları (ÜNLÜ THE CLUB, araştırma, Piapiri, Akademi) farklı markalar ve kanallar altında KAMU GÖZLEMİ	Kitle bir varlıktan diğerine geçmezse içeriğin kümülatif marka değeri düşer.	YouTube → unluco.com yönlendirme oranı nedir? (YouTube Analytics dış trafik + GA4 kaynak/ortam)
2	Erişim metrikleri raporlanıyor; ilişki metrikleri kamuya açık raporlarda görünmüyor YORUM	Finans sektöründe değer, tekrar temas ve izinli iletişimde oluşur.	Aylık e-bülten net abone artışı ve abonelerin ilk temas kanalı nedir?
3	Araştırmanın site içinde belirgin bir merkezi yok KAMU GÖZLEMİ	Araştırma güvenilirliğin kanıtıdır; dağınık olduğunda ölçümü de dağınık olur.	Rapor sayfası ziyaretçilerinin ne kadarı ikinci bir sayfaya geçiyor? (GA4 yol keşfi)
4	Ölçüm tanımları yıllar arasında değişebiliyor (erişim / gösterim) YORUM	Tanım değişince trend okuması yanıltıcı olur.	Her metrik için tek tanım içeren KPI sözlüğü kabul edilebilir mi?
5	Kampüs ve festival temasları güçlü DOĞRULANMIŞ	Gelecekteki yatırımcı ve yetenek kitlesine erken temas.	Etkinlik katılımcılarının kaçı 30 gün içinde dijital bir aksiyon alıyor? (QR + UTM)
6	Rakipler takvimli seri ve abonelik kapısı kullanıyor KAMU GÖZLEMİ	Alışkanlık ve izinli iletişim, düzenli temasın altyapısı.	Takvimli bir seri (ör. aylık) tekil yayınlara göre izlenme sürekliliği sağlıyor mu? (A/B, 8 hafta)

Saygılı başlangıç noktası

ÜNLÜ & Co'nun 2017'den beri sürdürdüğü video yayıncılığı, ödüllü içerik markası ve kampüs programları sektörde erken ve tutarlı bir yatırımı gösteriyor. UNLU SIGNAL bu birikimin yerine geçmeyi değil, hangi içeriğin hangi iş sonucuna katkı sağladığını görünür kılmayı amaçlar.

06

UNLU SIGNAL konsepti



Şema bir öneridir; ÜNLÜ & Co'nun mevcut altyapısına bağlı olduğunu iddia etmez.

Modül 1 — Pazarlama performans analitiği

Amaç, kanalları tek ölçüm yapısında izlemek. Veri modeli dört olgu tablosuna dayanır: **fact_channel_daily** (kanal günlük metrikleri), **fact_content** (içerik bazlı metrikler + taksonomi etiketleri), **fact_web_event** (GA4 olayları), **fact_competitor_item** (ajan çıktısı). Bunları *tarih*, *kanal*, *utm_campaign* ve *içerik_id* anahtarları birleştirir. Looker Studio panelinde beş sayfa önerilir: Genel Bakış, Kanal Performansı, İçerik Analitiği, Rakip İstihbaratı, YZ İçgörüleri. Çalışan HTML prototipi Teslimat C olarak hazırlandı (tüm sayılar DEMO).

Kaynak	KPI'lar	Bağlantı
İnternet sitesi (GA4)	Oturum, etkileşimli oturum, etkileşim oranı, trafik kaynağı, açılış sayfası performansı, dönüşüm oranı, e-bülten aboneliği, rapor indirme	Looker Studio yerel bağlayıcı
Google Ads	Gösterim, tıklama, TO, TBM, dönüşüm oranı, dönüşüm başına maliyet, kampanya performansı	Looker Studio yerel bağlayıcı
LinkedIn	Gösterim, etkileşim oranı, tıklama, takipçi artışı, içerik performansı	CSV dışa aktarım veya üçüncü taraf bağlayıcı
Instagram	Erişim, etkileşim, Reels izlenme, kaydetme, profil → site	Meta Graph API (yetkili hesap) / bağlayıcı
YouTube	Görüntülenme, izlenme süresi, ortalama izlenme, izleyici bağlılığı, abone artışı, trafik kaynakları	Looker Studio yerel bağlayıcı
E-bülten	Abone artışı, açılma, tıklanma, abonelikten çıkma	Platform API veya CSV

Modül 2 — Rakip istihbaratı yapay zeka ajanı

Belirlenen rakiplerin kamuya açık sayfalarını (RSS, araştırma sayfası listeleri, YouTube kanal akışı) haftalık tarar; yeni içerikleri tespit eder, 9 kategoriye ve konu etiketlerine ayırır, format dağılımını çıkarır, ÜNLÜ & Co için içerik boşluklarını önerir ve haftalık raporu insan onayına gönderir. Teslimat D'de girdi → işlem → çıktı akışı çalışan bir simülasyonla gösterildi.

Sınırlar

Yalnızca kamuya açık ve kullanım koşullarının izin verdiği kaynaklar; giriş gerektiren veya özel hesap verisi yok; içerik kopyalanmaz, yalnızca başlık, tarih, format ve kısa özet saklanır; rakip "performansı" ölçülmez, yalnızca yayın faaliyeti izlenir; öneriler uygulanmadan önce insan kontrolünden geçer.

Modül 3 — Yapay zeka destekli içerik analizi

Mevcut içerikleri taksonomiye göre etiketler, tekrarlayan temaları ve az kullanılan konuları gösterir, kategori ile etkileşim arasındaki ilişkiyi inceler. Yeniden kullanım örneği: bir sektör raporundan **LinkedIn carousel** (5–7 slayt, ana bulgular), **60 sn eğitim videosu** (kavram açıklaması, tavsiye içermez), **Instagram infografiği**, **e-bülten özeti** ve **uzman değerlendirmesi** taslakları çıkarılır.

Adım	Yapay zekanın rolü	Kontrol
1. Kaynak metin	Onaylı araştırma yayını girdi olarak verilir	Yalnızca yayımlanmış, onaylı metin
2. Özet ve kavram çıkarımı	Ana bulgular, kavramlar, rakamlar kaynak cümlesiyle işaretlenir	Her rakam kaynak paragrafa bağlanır
3. Format taslakları	Kanal kurallarına göre 5 taslak	Marka dili rehberi istemde sabit
4. Uyum kontrol listesi	"Al/sat", hedef fiyat, getiri vaadi ifadelerini tarar	Bulgu varsa taslak bloklanır
5. İnsan onayı	—	Araştırma + uyum + pazarlama onayı

Modül 4 — Otomatik haftalık pazarlama raporu

Akış: (1) verileri topla → (2) doğrula ve düzenle (eksik gün, tanım tutarlılığı) → (3) önceki dönemle karşılaştır → (4) eşik üstü değişimleri işaretle → (5) rakip özetini ekle → (6) YZ gözlemleri üret → (7) aksiyon önerileri → (8) insan kontrolü → (9) onaylı raporu dağıt.

07

Yapay zeka ve otomasyon fırsatları

Araç	Avantaj	Sınırlama	UNLU SIGNAL'deki kullanım
Google Sheets	Ücretsiz, herkesin bildiği, Looker Studio ile doğrudan bağlantı	Büyük veri ve sürüm kontrolünde zayıf	Pilot veri katmanı, KPI sözlüğü, ajan çıktı tablosu
Looker Studio	Google kaynaklarına yerel bağlayıcılar, paylaşılabilir panel	Sosyal platformlar için çoğunlukla ücretli bağlayıcı gerekir; karmaşık modellemede yavaş	Modül 1 paneli
Make	Görsel senaryo editörü, çok sayıda hazır entegrasyon, orta maliyet	Operasyon başına fiyatlama; karmaşık hata yönetimi	Haftalık rapor akışı (Modül 4)
Zapier	En kolay kurulum, geniş uygulama kataloğu	Hacim arttıkça maliyet; çok adımlı mantıkta kısıtlı	Basit tetikleyiciler (form → Sheets → bildirim)
n8n	Açık kaynak, kendi sunucunda barındırılabilir (veri yerelliği), esnek kod düğümleri	Barındırma ve bakım için teknik destek gerekir	Kurumsal ölçeğe geçişte tercih edilebilir; KVKK açısından avantajlı
Claude API (veya eşdeğer LLM)	Sınıflandırma, özetleme, taslak üretimi; JSON şemalı yapılandırılmış çıktı	Halüsinasyon riski; maliyet token bazlı; veri gönderimi için sözleşme ve KVKK değerlendirmesi gerekir	Modül 2–4'teki sınıflandırma, özet ve gözlem taslakları

Önerilen başlangıç yığını

Google Sheets + Looker Studio + Make + Claude API. Tam zamanlı yazılım ekibi gerektirmez; bir analist ve haftada birkaç saatlik BT desteğiyle pilot yürütülebilir VARSAYIM . Kişisel veri işlenmez; yalnızca toplulaştırılmış metrikler ve kamuya açık içerik meta verisi kullanılır.

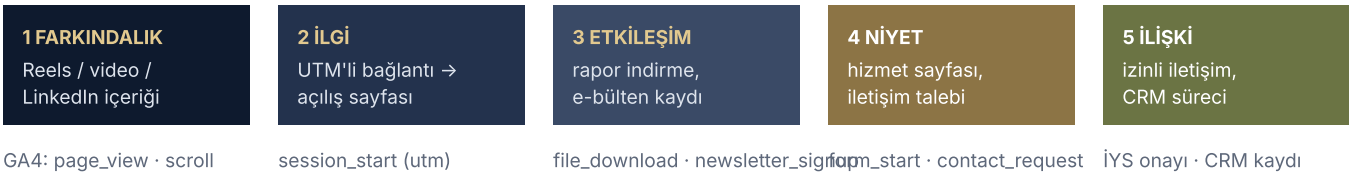
Yönetişim ve uyum ilkeleri

- **Yatırım tavsiyesi yok.** SPK, sosyal medyada yetkisiz tavsiye ve telkinlere karşı defalarca kamuoyu uyarısı yaptı; TSPB ve FODER de Ağustos 2025'te benzer bir uyarı yayımladı. YZ çıktıları al/sat yorumu, hedef fiyat veya getiri vaadi içeremez.
- **İzinli iletişim.** 6563 sayılı Kanun kapsamında ticari elektronik ileti için alıcının önceden onayı gerekir ve onaylar İleti Yönetim Sistemi (İYS) üzerinden yönetilir; e-bülten akışı bu kurala göre tasarlanmalı.
- **KVKK / GDPR.** Panel kişi düzeyinde veri tutmaz; GA4'te IP anonimleştirme ve çerez onayı (Consent Mode) birlikte kurgulanır; Londra iştiraki kapsamında GDPR değerlendirmesi yapılır.
- **Telif ve platform politikaları.** Rakip içerikleri saklanmaz ve yeniden yayımlanmaz; platform API'lerinin kullanım koşullarına uyulur.
- **İnsan kontrolü.** Hiçbir YZ çıktısı onaysız yayımlanmaz veya dağıtılmaz; onaylayan, tarih ve sürüm kaydı tutulur.

08

Erişimden İlişkiye stratejisi

> Amaç agresif ürün reklamı değil; güveni, finansal okuryazarlığı ve uzun vadeli izinli ilişkiyi ölçülebilir bir yolculuğa bağlamak.



Ölçüm mekanizması

- **İçerik → açılış sayfası:** Her kampanya tek amaçlı bir açılış sayfasına bağlanır (ör. /icgoru/piyasa-notlari).
- **UTM standardı:** `utm_source`=platform, `utm_medium`=organic|paid|email|event, `utm_campaign`=kampanya kodu, `utm_content`=içerik_id. Bağlantılar ortak bir Sheets şablonundan üretilir.
- **GA4 olayları:** page_view, scroll (%90), click (dış bağlantı), file_download, form_start, form_submit, newsletter_signup, contact_request; son üçü anahtar olay (key event) olarak işaretlenir.
- **E-bülten takibi:** Kayıt formunda gizli alanlarla UTM kaynağı saklanır; platformda "ilk temas kanalı" alanı oluşur.
- **İş sonucuyla ilişki:** İletişim talepleri CRM'de kaynak kampanya ile kaydedilir; içerik kategorisi bazında "talep başına içerik" ve "abonelik başına içerik" oranları hesaplanır.
- **İyileştirme döngüsü:** Her 4 haftada huni aşamaları arasındaki en büyük düşüş seçilir; tek değişkenli test (CTA metni, form alanı sayısı, yerleşim) yapılır.

Üç kampanya fikri

	A · "Bir Dakikada Piyasa"	B · "Araştırmadan Anlama"	C · "Geleceğin Yatırımcısı"
Hedef kitle	Bireysel ve yeni yatırımcı (25–40)	Nitelikli yatırımcı, şirket yöneticileri	Üniversite öğrencileri, genç profesyoneller
Amaç	Finansal okuryazarlık ve düzenli temas	Araştırma güvenilirliğini ilişkiye dönüştürmek	Erken marka bağı ve işveren markası
İçerik konsepti	Haftalık 60 sn'lik kavram videosu (enflasyon, faiz, fon nedir) — tavsiye içermez	Aylık sektör raporunun carousel + uzman yorumu + webinar formatları	Kampüs etkinliği + "finans kariyerinde ilk adım" serisi + MT programı hikayeleri
Kanallar	Instagram Reels, YouTube Shorts, ÜNLÜ THE CLUB	LinkedIn, e-bülten, site içgörü sayfası	Instagram, LinkedIn, kampüs QR, kariyer sayfası
CTA	"Haftalık Piyasa Notları'na abone ol"	"Raporun tamamını indir" / "Uzmanımızla görüş"	"Programı keşfet" / "Etkinlik bildirimi al"
KPI	İzlenme %, kaydetme, e-bülten kaydı, abonelik başına maliyet (varsa)	Rapor indirme, form_start → submit, iletişim talebi	QR taraması, kariyer sayfası oturumu, başvuru kaynağı
Stratejik katkı	Erişimi izinli iletişim tabanına çevirir	Uzmanlığı kurumsal ilişkiye bağlar	Uzun vadeli kitle ve yetenek hattı

Beklenen sonuç veya dönüşüm yüzdesi gerçek veri olmadan tahmin edilmemiştir; pilot sonunda ilk 8 haftanın verisiyle hedefler belirlenir.

09

Uygulama yol haritası (30 gün)

Dört haftalık süre bir **prototip ve pilot** içindir; kurumsal ölçekte üretime hazır bir sistem için yeterli değildir.

Hafta	Görevler	Teslimatlar	Kaynaklar	Bağımlılıklar	Başarı kriteri
1 · Araştırma ve mevcut durum	Kanal envanteri, veri kaynağı haritası, KPI sözlüğü taslağı, rakip karşılaştırmasının tamamlanması	Veri haritası, KPI sözlüğü v1, rakip tablosu	Analist; pazarlama ekibiyle 2 görüşme	Hesaplara salt-okunur erişim izni	Her KPI için tek tanım ve sahip üzerinde mutabakat
2 · Analitik altyapı	GA4 olay planı, UTM şablonu, Sheets veri katmanı, Looker Studio taslak paneli	Ölçüm planı, UTM üretici, panel v0	Analist + BT/web ekibi (GTM erişimi)	Site etiket yönetimi erişimi; çerez onay altyapısı	8 olayın test ortamında doğru tetiklenmesi
3 · YZ ve otomasyon	Rakip ajanı kurulumu, içerik sınıflandırma iş akışı, haftalık rapor otomasyonu (Make)	Ajan v0, sınıflandırma istemi, rapor şablonu	Make hesabı, LLM API anahtarı, uyum görüşü	Uyum biriminin YZ kullanım onayı; KVKK değerlendirmesi	50 örnek içerikte manuel etiketle ≥%80 uyum
4 · İçgörü ve sunum	Bulguların değerlendirilmesi, öneriler, panel ve ajan demosu, geliştirme listesi	Pilot raporu, yönetici sunumu	Pazarlama yöneticisi ile 1 saatlik sunum	İlk 2 haftalık gerçek veri	Ekibin en az 1 kararı panel verisiyle alması

10

Ölçüm çerçevesi

Katman	Soru	Ana metrik	Destek metrikleri
Erişim	Doğru kitleye ulaşıyor muyuz?	Hedef kitleye erişim (platform tanımıyla, tek tip)	Gösterim, izlenme, takipçi artışı
Etkileşim	İçerik değer üretiyor mu?	Kaydetme + paylaşım oranı; ortalama izlenme %	Etkileşim oranı, yorum niteliği
Yönlendirme	Kitle bize geliyor mu?	UTM'li site oturumu	Etkileşimli oturum, açılış sayfası performansı
İlişki	İzinli ilişki kuruluyor mu?	Net e-bülten abone artışı	Açılma, tıklama, çıkma oranı
İş sonucu	Pazarlama iş birimlerine katkı sağlıyor mu?	İletişim talebi (kaynaklı)	Rapor indirme, kariyer başvurusu kaynağı

Veri yönetişimi

Her metrik için: tanım, kaynak, sahip, güncellenme sıklığı, kabul edilen sapma eşiği. Panelde gerçek veri, kamu verisi ve örnek veri ayrı etiketlerle gösterilir; tanımı değişen metrik için trend çizgisi kesilir ve not düşülür.

11

Kaynaklar ve araştırma sınırlamaları

Kaynaklar (erişim: Kasım 2026)

1. ÜNLÜ Yatırım Holding A.Ş., 2025 Faaliyet Raporu, KAP — kap.org.tr/en/api/file/download/4028328c9cc9d175019cdd974ad5701c (içindekiler; Kurumsal İletişim ve Pazarlama s. 108)
2. ÜNLÜ Yatırım Holding A.Ş., 2024 Faaliyet Raporu "Yatırım dünyasında güven köprüsü", KAP — kap.org.tr/en/api/file/download/4028328c950ba8c7019580ba7f8a584e (7 ofis + NY/Londra; Piapiri: 17 üniversite, 12 bin öğrenci, 3 festival; Kurumsal İletişim ve Pazarlama s. 66)
3. ÜNLÜ & Co, 2023 Faaliyet Raporu — unluco.com/assets/unlu__co/upload/files/unl_frat_2023_tam-3614.pdf (ÜNLÜ THE CLUB toplam izlenme 393.240)

4. ÜNLÜ & Co, Tarihçe sayfası — unluco.com/about-us/our-history/ (menü yapısı, 2017 ÜNLÜ The Club, 2024–2025 gelişmeleri, e-bülten formu)
5. ÜNLÜ & Co basın bülteni, "ÜNLÜ The Club'a Stevie'den prestijli ödül" (2022) ve 2023 ilk yarı sonuçları bülteni (Globee/Stevie ödülleri)
6. ÜNLÜ Menkul Değerler, "Yurt İçi / Yurt Dışı Piyasalarda Bugün" bültenleri — hedeffiyat.com.tr arşivi
7. EMIS şirket profili, ÜNLÜ & Co (kuruluş 1996, İstanbul)
8. Gedik Yatırım — gedik.com/youtube (seri konseptleri), gedik.com/hizmetler/arastirma-ve-analiz (rapor türleri, bülten kapısı), gedik.com/bizi-taniyin/hakkimizda/gedik-yatirimin-hikayesi (2023 site yenileme)
9. Ak Yatırım — akyatirim.com.tr/arastirma.aspx (araştırma kapsamı); KAP faaliyet raporları (Akbank iştiraki, 1996)
10. PhillipCapital — Foreks / Milliyet Uzmanpara günlük bülten yayınları (2026); phillipcapital.com.tr model portföy PDF'leri; TradingView blog (17.09.2024); Bloomberg HT, "PhillipCapital, hissede komisyonu sıfırladı" (27.07.2026)
11. SPK sosyal medya uyarıları (Bloomberg HT 12.04.2018, Milliyet Uzmanpara 21.12.2018); TSPB–FODER açıklaması (Capital, 07.08.2025)
12. 6563 sayılı Kanun ve İleti Yönetim Sistemi — ticaret.gov.tr; iys.org.tr

Sınırlamalar

- 2024 ve 2025 faaliyet raporlarının Kurumsal İletişim ve Pazarlama bölümleri otomatik metin çıkarımında erişilemediği için talimatta verilen rakamlar doğrulanamadı; sunumdan önce PDF'in ilgili sayfalarından teyit edilmelidir.
- Kurumsal internet sitesi ve rakip sitelerin ana sayfalarına doğrudan erişim bu çalışma ortamında kısıtlıydı; gözlemler erişilebilen alt sayfalar, arama sonuçları ve üçüncü taraf yeniden yayınlarına dayanır. Site Şubat 2026 yenilemesi bağımsız olarak doğrulanamadı.
- Sosyal medya hesaplarının takipçi, etkileşim ve yayın sıklığı verileri toplanmadı; kanal değerlendirmesi niteldir.
- GA4, Google Ads, CRM ve e-bülten verilerine erişim yoktur; panel ve ajan demolarındaki tüm sayılar örnek veridir.
- Rakip değerlendirmesi pazarlama uygulamalarına odaklanır; iş modeli, pazar payı veya finansal performans karşılaştırması yapılmamıştır.
- Hukuki çerçeve bilgi amaçlıdır; uygulama öncesinde ÜNLÜ & Co uyum ve hukuk birimlerinin değerlendirmesi gerekir.

Ekler (ayrı teslimatlar)
C · UNLU SIGNAL etkileşimli dashboard prototipi (HTML, DEMO DATA) · D · Rakip İstihbaratı Ajanı demosu (HTML, kurgusal kayıtlar) · B · Yönetici sunumu · E · Sunum konuşma metni