

**BATI KARADENİZ**  
**KALKINMA AJANSI**

# **Visit Zonguldak** **Projesi Sunum Dosyası**

**KASIM 2020**



**ozc.com.tr**



Bu proje dosyası OZC İnternet Teknolojileri Ltd. Şti. tarafından hazırlanmıştır.  
İzinsiz kopyalanamaz veya çoğaltılamaz.

Soru, Görüş ve Önerileriniz İçin ;  
**info@ozc.com.tr**

**Proje ve Koordinasyon**  
Yük. Müh. Kazım Özçelik

**Editör**  
Fatih Çalışkan

**Grafik Tasarım**  
Veysel Erdoğan

**Video Animasyon**  
Meryem Elcik

**Sosyal Medya Uzmanı**  
Ceren Başkaya

**Rapor Yılı**  
2020

**Web Sitesi**  
www.ozc.com.tr

**Adres**  
Fulya Mah. Büyükdere Cad.  
No: 24 Hukukçular Sitesi  
Ofis No : 30 Şişli - İstanbul

## Önsöz

Son yıllarda ülkemizde yapılan kalkınma faaliyetlerinde kentsel markalaşma politikalarının her geçen gün öneminin arttığı söylenebilir. Bu açıdan bakıldığında bölgelerin kalkınmasına katkı sağlayacak önemli unsurlardan bir tanesi kent markalaşması çalışmalarıdır.

Turizmde ülkelerden ziyade lokasyonların markalaşması ve "marka kent" olma çalışmaları artmaya başlamıştır. Turizm talebinde ortaya çıkmış olan bu değişimler sayesinde kentlerin ve kent içerisindeki destinasyonların markalaşması önem kazanmıştır. Günümüzde ülkelerin sahip oldukları tek bir destinasyonu vurgulamak yerine, kentlerin tüm önemli unsurlarıyla vurgulanması anlayışı benimsenmeye başlanmıştır.

TR81 bölgesinde yer alan iller olan Zonguldak ili bazında konuya bakıldığında hem ülke bazında hem de küresel çapta tanıtım ve markalaşma anlamında çok geride kaldığı görülmektedir. İnsanların zihninde Zonguldak ile ilgili "Bir kömür madeni ve sanayi kenti!" algısı yerleşmiş durumdadır. Bu algıyı tersine çevirmek amacıyla öncelikli olarak bölge için çok önemli olan tarihi, kültürel, gastronomik ve kentler için önemli destinasyonların ve unsurların tespit edilerek bunları tanıtıcı ve ön plana taşıyacak çalışmalar yapılmalıdır. Zonguldak'ın yaşanabilir, eğlenceli, güzel bir kent olduğunun profesyonel bir planlama ile anlatılması gerekmektedir.

Zonguldak ili ile ilgili dijital ortamda yatırıma ve kurumlara yönelik çalışmalar haricinde turizme ve markalaşmaya katkı sağlayacak herhangi bir profesyonel çalışma yapılmadığı tespit edilmiştir. Kurumsal bir yapının organizasyonu altında dijital ortamda turizme ve kent markalaşmasına yönelik çalışmaların yapılması bölge için çok büyük önem arz etmektedir.

Umarız yaptığımız ve yapacağımız çalışmalar Zonguldak için verimli olur.

**Yük. Müh. Kazım Özçelik**  
Proje ve Koordinasyon

“  
**PROJE  
LERİNİZİ  
HAYATA  
GEÇİRİYORUZ**  
”

# İçindekiler

<b>1. İhtiyaç Analizi</b>	<b>5</b>
1.1. Zonguldak'ın Tanıtılması	6
1.2. Zonguldak Değerlerinin Ortaya Çıkarılması	7
<b>2. Neler Tanıtılmalı ?</b>	<b>9</b>
2.1. Mevcut Destinasyonlar	10
2.2. Ulaşım	11
2.3. Konaklama	12
2.4. Gastronomi	13
2.5. Tarihi Lokasyonlar	14
2.6. Doğal Güzellikler	15
2.7. Kültürel Değerler	16
2.8. Yöresel Ürünler	17
<b>3. Nasıl Tanıtılmalı ?</b>	<b>19</b>
3.1. Tanıtılması Gereken Verilerin Dijital Ortama Taşınması	20
<b>4. Nerede Yayınlanmalı ?</b>	<b>23</b>
4.1. Web Portalı	24
4.2. Mobil Uygulama	25
4.3. Sosyal Medya Mecraları	26
4.4. Blog	27
<b>5.İsim / Marka Ne Olmalı ?</b>	<b>29</b>
5.1. Web İsmi / Marka Adı	30
<b>6. Dijital Medya Yapımı</b>	<b>33</b>
6.1. Web Portalı Yapılması	34
6.2. Mobil Uygulama Yapılması	36
6.3. Sosyal Medya Kurulumu	38
6.4. Blog	39
<b>7.İçerik Yönetimi</b>	<b>41</b>
7.1. Paydaşlar Aracılığı İle İçerik Toplama	42
7.2. Toplanan İçeriklerin Girilmesi	43
7.3. İçeriklerin Güncel Tutulması ( Sürdürülebilirlik )	43
<b>8.Büyük Kitlelere Ulaşma</b>	<b>45</b>
8.1. Sosyal Medya Yönetimi	46
8.2. Influencer/Fenomen/Youtuber Çalışmaları	51
8.3. SEO Çalışmaları	52
8.4. Diğer Dijital Medya Çalışmaları	53
<b>9.İşlem Planı</b>	<b>54</b>

“  
**PROJE  
LERİNİZİ  
HAYATA  
GEÇİRİYORUZ**  
”



# İhtiyaç Analizi

## 1.1. Zonguldak'ın Tanıtılması

Son yıllarda ülkemizde yapılan kalkınma faaliyetlerinde **kentsel markalaşma politikalarının** her geçen gün öneminin arttığı söylenebilir. Bu açıdan bakıldığında bölgelerin kalkınmasına katkı sağlayacak önemli unsurlardan bir tanesi **kent markalaşması çalışmalarıdır.**

TR81 bölgesinde yer alan iller olan **Zonguldak** ili bazında konuya bakıldığında hem ülke bazında hem de küresel çapta **tanıtım ve markalaşma anlamında çok geride kaldığı** görülmektedir. İnsanların zihninde Zonguldak ile ilgili **"Bir kömür madeni ve sanayi kenti!"** algısı yerleşmiş durumdadır. Bu algıyı tersine çevirmek amacıyla öncelikli olarak bölge için çok önemli olan **tarihi, kültürel, gastronomik ve kentler için önemli destinasyonların ve unsurların** tespit edilerek bunları tanıtıcı ve ön plana taşıyacak çalışmalar yapılmalıdır. Zonguldak'ın yaşanabilir, eğlenceli, güzel bir kent olduğunun profesyonel bir planlama ile anlatılması gerekmektedir.



V I S I T Z O N G U L D A K

## 1.2. Zonguldak Değerlerinin Ortaya Çıkarılması

Zonguldak kapsamında yapılmış ve yapılacak olan araştırmalar sonucunda kentin marka değerine katkıda bulunacak her bir unsurun üzerinde titizlikle durularak dijital mecralarda bölgeye gidebilecek potansiyel ziyaretçilerle buluşturulması çok önemli bir husustur. Bu konuda profesyonel çalışmalar yapılarak saklı kalmış güzellikler ve değerler ön plana çıkartılmalıdır.





“  
**PROJE  
LERİNİZİ  
HAYATA  
GEÇİRİYORUZ**  
”



**Neler Tanıtılmalı ?**

## 2.1. Mevcut Destinasyonlar

Zonguldak'ın markalaşma sürecine katkı sağlayabileceğini düşündüğümüz tarihi, kültürel ve bölgesel açıdan önemli unsurları aşağıda listelenmiştir.

⚠ Keşif Çalışması Yapılacaktır.



## 2.2. Ulaşım

Zonguldak, önemli otoyollar üzerinde yer almamaktadır. İstanbul - Ankara otobanından önemli oranda ayrı olması bölge için bir dezavantajdır. Bununla birlikte Zonguldak'a havayolu ile ulaşım alternatifi bulunmaması bölgede turizmi olumsuz etkilemektedir. Bu dezavantajların, bölgedeki avantajlarla örtülmesi ve kentin çekim gücünün artırılması gerekmektedir. Net olarak bilinmelidir ki ulaşılmaya değer yerlere ne şekilde olursa olsun ziyaretçiler ulaşacaktır.

⚠ Keşif Çalışması Yapılacaktır.



## 2.3. Konaklama

Zonguldak hem kent merkezi olarak hem de ilçeler bazında yeterli konaklama imkanlarını barındırmaktadır. 5 yıldızlı tesislerden pansiyonlara kadar çok çeşitli skalada konaklama alternatifi yer almaktadır. Konaklama imkanlarının iyi seviyede olması kent markalaşması açısından önemli bir kriterdir.

⚠ Keşif Çalışması Yapılacaktır.



## 2.4. Gastronomi


Zonguldak'ın markalaşma sürecine katkı sağlayabileceğini düşündüğümüz **gastromik unsurlar** aşağıda listelenmiştir.

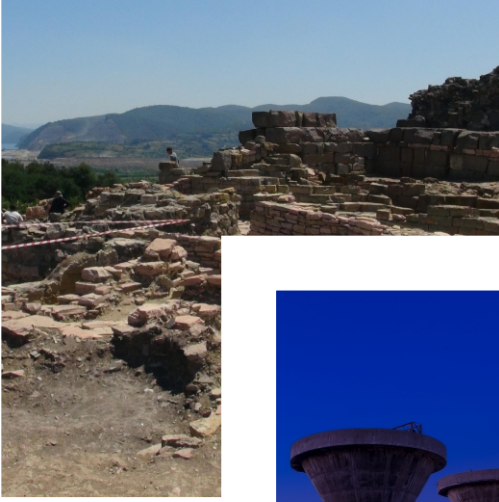
⚠ Keşif Çalışması Yapılacaktır.



## 2.5. Tarihi Lokasyonlar

Zonguldak'ın markalaşma sürecine katkı sağlayabileceğini düşündüğümüz **tarihi, kültürel ve bölgesel** açıdan önemli unsurları aşağıda listelenmiştir.

 Keşif Çalışması Yapılacaktır.

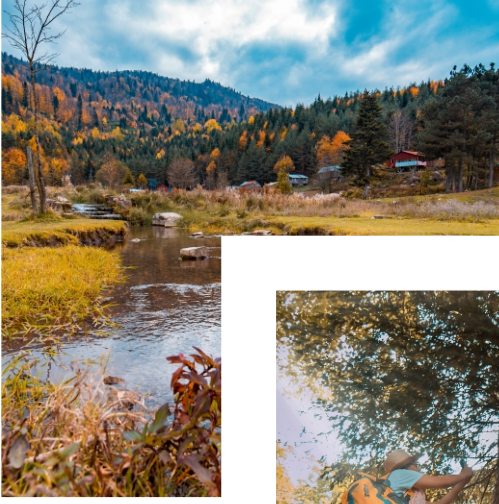


VISIT ZONGULDAK

## 2.6. Doğal Güzellikler

Zonguldak'ın markalaşma sürecine katkı sağlayabileceğini düşündüğümüz **doğal güzellikler** açısından önemli unsurları aşğıda listelenmiştir.

⚠ Keşif Çalışması Yapılacaktır.

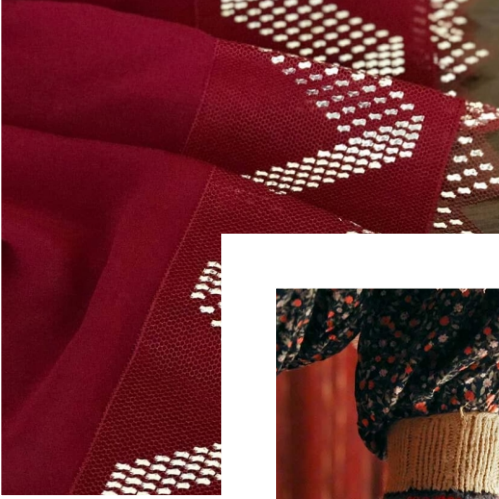




## 2.7. Kültürel Değerler

Zonguldak'ın markalaşma sürecine katkı sağlayabileceğini düşündüğümüz **kültürel değerler** açısından önemli unsurları aşağıda listelenmiştir.

⚠ Keşif Çalışması Yapılacaktır.



## 2.8. Yöresel Ürünler

Mevcut durum ile ulaşılmak istenilen durum arasındaki farkı ortaya koymak amacıyla izlenecek bir süreçtir. Karşılınmayan ihtiyaçların içerikleri, ne oldukları, sunulan ürün ve hizmetin elde edilmesindeki engeller, yapılacak ihtiyaç analizi ile ortaya çıkacaktır.

⚠ Keşif Çalışması Yapılacaktır.



“  
**PROJE  
LERİNİZİ  
HAYATA  
GEÇİRİYORUZ**  
”

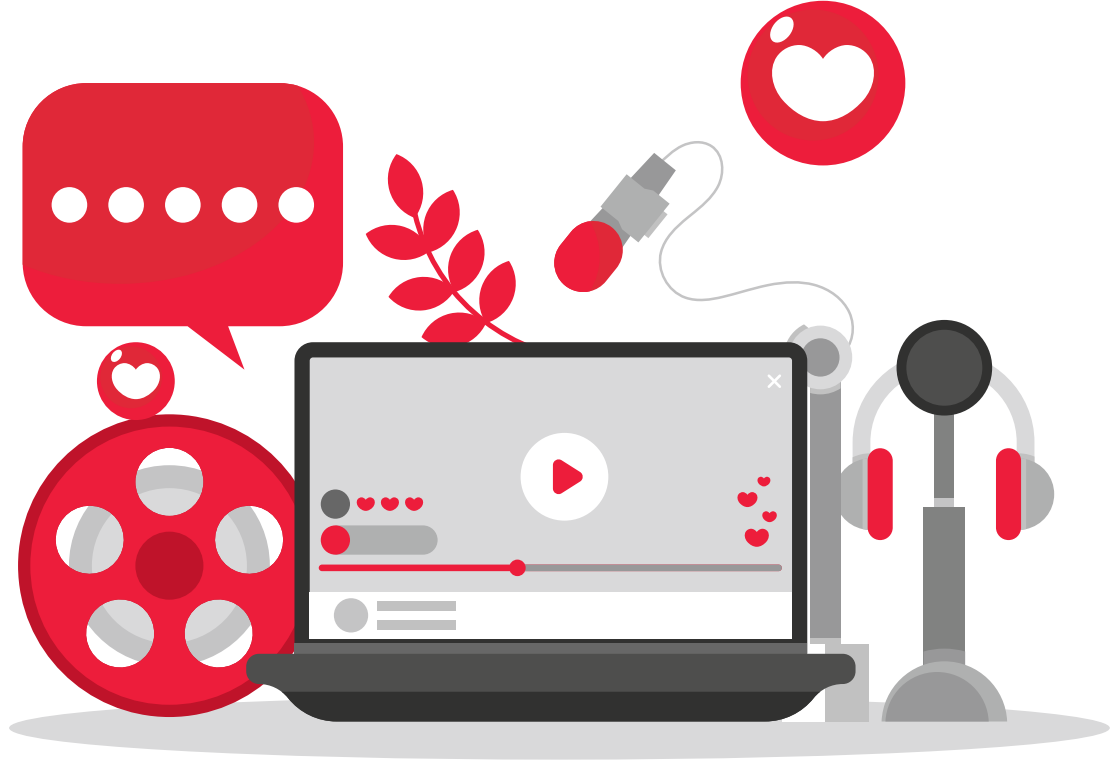


**Nasıl Tanıtılmalı ?**

### 3.1. Tanıtılması Gereken Verilerin Dijital Ortama Taşınması

Etkin bir markalaşma faaliyeti yürütmek amacıyla "Neler Tanıtılmalı?" bölümünde verilmiş olan tarihi, doğal, gastronomik, kültürel ve bölgesel unsurlar ile ilgili olarak aşağıdaki çalışmaların yapılması gerekmektedir.

→ Fotoğraf Çekimleri	→ Metin Seslendirmeleri
→ Video Çekimleri	→ Çeviriler
→ Tanıtım Metni Yazımı	→ Rotalar





“  
**PROJE  
LERİNİZİ  
HAYATA  
GEÇİRİYORUZ**  
”



**Nerede  
Yayınlanmalı ?**



## 4.1. Web Portalı

Dünya çapında oluşturulan bölgesel tanıtım sitelerinin bazıları ticari olarak işletilmekte, bazıları da şehirlerin kamu otoriteleri tarafından geliştirilmektedir. Bir şehrin genel özellikleri ve turistik cazibelerinin tanıtımında rol oynayan bölgesel kamu kurumlarının geliştirdikleri bu siteler, günümüzde marka şehir olabilmek için gerekli unsurlardan biri haline gelmiştir.



## 4.2. Mobil Uygulama

Zonguldak'a gelmeyi düşünen, planlayan veya bu kenti ziyaret etmekte olan kişilerin, Zonguldak ile alakalı olarak tüm tarihi, turistik, kültürel vb. mekanları görebileceği, kent ile ilgili tüm detaylı bilgilere ulaşabileceği bir mobil uygulama yazılımı oluşturulmalıdır.

Mobil uygulamada **konum algılama sistemi bulunmalı ve bulunulan konumda ziyaretçilerin yanından geçtiği veya yakınlarında bulunan turistik mekanlar** ile ilgili bildirim yapmalı ve ziyaretçiyi ilgili mekana yönlendirmelidir.



### 4.3. Sosyal Medya Mecraları

Zonguldak'ın etkin tanıtımına katkıda bulunman amacıyla, Facebook, Instagram, Twitter ve YouTube gibi sosyal medya mecraları aktif olarak kullanılmalıdır.



## 4.4. Blog

Zonguldak'ın etkin tanıtımına katkıda bulunacak olan bir diğere unsur da hikayelendirme ve blog çalışmaları yapılmalıdır. **blog.visitzonguldak.com** subdomaininde yayında olacak bir blog yazılımı ile kent güzellikleri ile ilgili makaleler belirli aralıklarla paylaşılmalıdır.



“  
**PROJE  
LERİNİZİ  
HAYATA  
GEÇİRİYORUZ**  
”



**İsim / Marka  
Ne Olmalı ?**

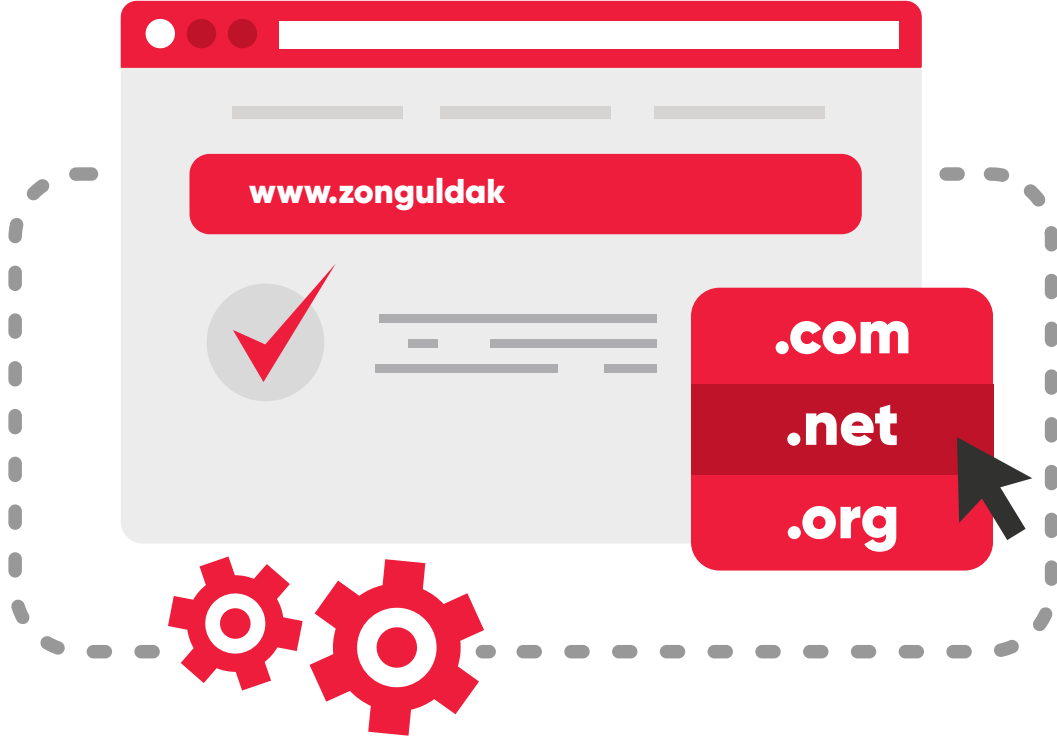
## 5.1. Web İsmi / Marka Adı

Mevcut durum ile ulaşılmak istenilen durum arasındaki farkı ortaya koymak amacıyla izlenecek bir süreçtir. Karşılanmayan ihtiyaçların içerikleri, ne oldukları, sunulan ürün ve hizmetin elde edilmesindeki engeller, yapılacak ihtiyaç analizi ile ortaya çıkacaktır.

### A. Doğrudan il adının tescil edilmesi;

! zonguldak.com.tr	Valilik Adına Tescil Edilebilir
x zonguldak.com	Tescil Edilmiş.
x zonguldak.net	Tescil Edilmiş.
x zonguldak.org	Tescil Edilmiş.

### Detaylı Filtreleme



VISIT ZONGULDAK

## B.Zonguldak ilini kapsayan turizme yönelik bir alan adı seçilmesi,

✓ rotazonguldak.com/net/org.com.tr	Tescil Edilebilir
✓ zonguldakyasam.com/net/org.com.tr	Tescil Edilebilir
✓ zonguldaktayasam.com/net/org.com.tr	Tescil Edilebilir
✓ gozonguldak.com/net/org.com.tr	Tescil Edilebilir
✓ zonguldaktanitim.com/net/org.com.tr	Tescil Edilebilir
✓ guzelzonguldak.com/net/org.com.tr	Tescil Edilebilir
✓ zonguldakguide.com/net/org.com.tr	Tescil Edilebilir
✓ zonguldakguide.com/net/org.com.tr	Tescil Edilebilir
✓ zonguldaksehirrehberi.com/net/org.com.tr	Tescil Edilebilir
✓ zonguldakgezirehberi.com/net/org.com.tr	Tescil Edilebilir
✓ zonguldakgezidefteri.com/net/org.com.tr	Tescil Edilebilir
✓ zonguldakatlas.com/net/org.com.tr	Tescil Edilebilir
! visitzonguldak.com/net/org.com.tr	<b>Tescil Edilebilir (Tavsiye)</b>



“  
**PROJE  
LERİNİZİ  
HAYATA  
GEÇİRİYORUZ**  
”



# Dijital Medya Yapımı

## 6.1. Web Portalı Yapılması

Turizm projesi yürütülürken çok çeşitli yerlerden çok farklı standartlarda veri akışı olacaktır. Bu sebeple bu karmaşanın bir düzene sokulması ve yönetilmesi için **bir personel görevlendirilmelidir.**

Bu personel kurumun kendi bünyesinde mevcut olan, sahadan elde edilen ve paydaşlardan temin edilen tüm verileri derleyerek **web ortamında, mobil uygulamada ve sosyal medya platformlarında kullanıma hazır hale getirmelidir.**

Tanıtım portalı içerik yönetimi genel olarak aşağıdaki başlıklarda gerçekleşecektir;

### Portal Ana Bölümleri ve Gerekli İçerikler

→ Ne Yapmalı ?	→ Ne Yemeli?	→ Fotoğraf ve Video Galerisi
→ Mekan Açıklama Metinleri	→ Mekan Seslendirme Dosyaları	→ Mekan Görselleri
→ Görsel ve Video Slider	→ Nerede Kalmalı ?	→ Rotalar ve KML Dosyaları
→ Kurum Tanıtımı	→ Detaylı Arama	→ Ulaşım Alternatifleri
→ Sosyal Medya Bağlantıları	→ Bölgesel Makaleler,Hikayeler	→ İletişim

### Portal İçerik Kategorileri

→ Tarihi Eserler	→ İnanç	→ Şehir Dokusu
→ Park ve Bahçeler	→ Antik Kentler	→ Müzeler
→ Doğal Güzellikler, Plajlar	→ Mağaralar	→ Anıtlar
→ Kültür	→ Sanat - Zanaat	→ Kurumlar

## 6.1. Web Portalı Yapılması

Zonguldak Turizm Portalının güvenliğini ve ulaşılabilirliğini en yüksek seviyelerde tutmak amacıyla bazı teknik unsurların gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

Bu işlemler aşağıda listelenmiştir.

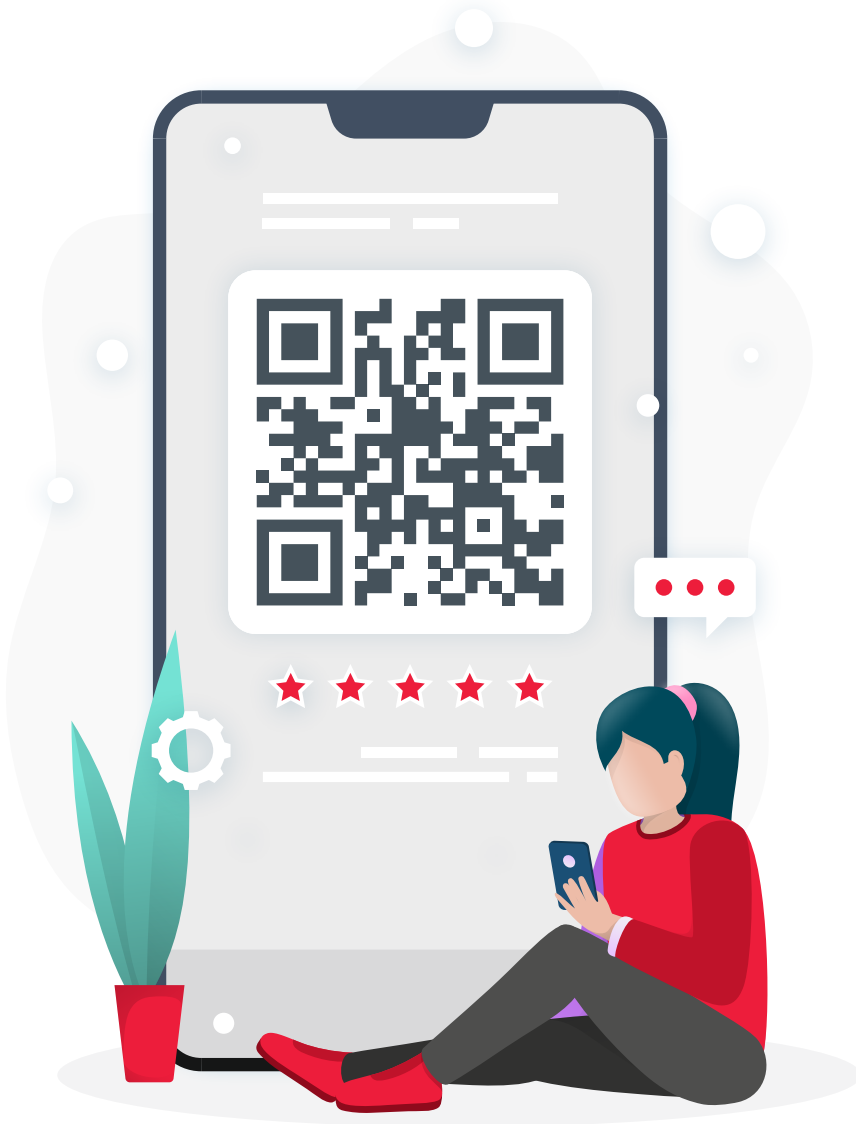
### Zonguldak Tanıtım Portalı **Teknik Özellikleri**

- ✓ Profesyonel Tasarım ve Yazılım
- ✓ Rota Sistemi (Manuel ve Tavsiye Edilen Rotalar)
- ✓ Türkçe/İngilizce Dillerinde Sunum
- ✓ Kolay Kullanımlı Yönetim Paneli
- ✓ SEO Uyumluluk ve Ayar Seçenekleri
- ✓ Detaylı Filtreleme
- ✓ Üyelik Sistemi
- ✓ Mekan Detay Seslendirme
- ✓ Sınırsız Kategori Sistemi (Tarih, Gastronomi, Kış Turizmi...)
- ✓ Responsive Özellik
- ✓ Tarayıcı Uyumluluğu
- ✓ Yönetici Ekleme ve Yetkilendirme
- ✓ Harita ve Yol Tarifi Sistemi
- ✓ Sınırsız Mekan Ekleme
- ✓ Sosyal Medya ve Mobil Uygulama Bağlantıları
- ✓ Tavsiye Etme ve Mekan Paylaşma

## 6.2. Mobil Uygulama Yapılması

Zonguldak'a gelmeyi düşünen, planlayan veya bu kenti ziyaret etmekte olan kişilerin, Zonguldak ile alakalı olarak tüm tarihi, turistik, kültürel vb. mekanları görebileceği, kent ile ilgili tüm detaylı bilgilere ulaşabileceği bir mobil uygulama yazılımı oluşturulmalıdır.

Mobil uygulamada **konum algılama sistemi bulunmalı ve bulunulan konumda ziyaretçilerin yanından geçtiği veya yakınlarında bulunan turistik mekanlar** ile ilgili bildirim yapmalı ve ziyaretçiyi ilgili mekana yönlendirmelidir.



## Mobil Uygulama **Teknik Özellikleri**

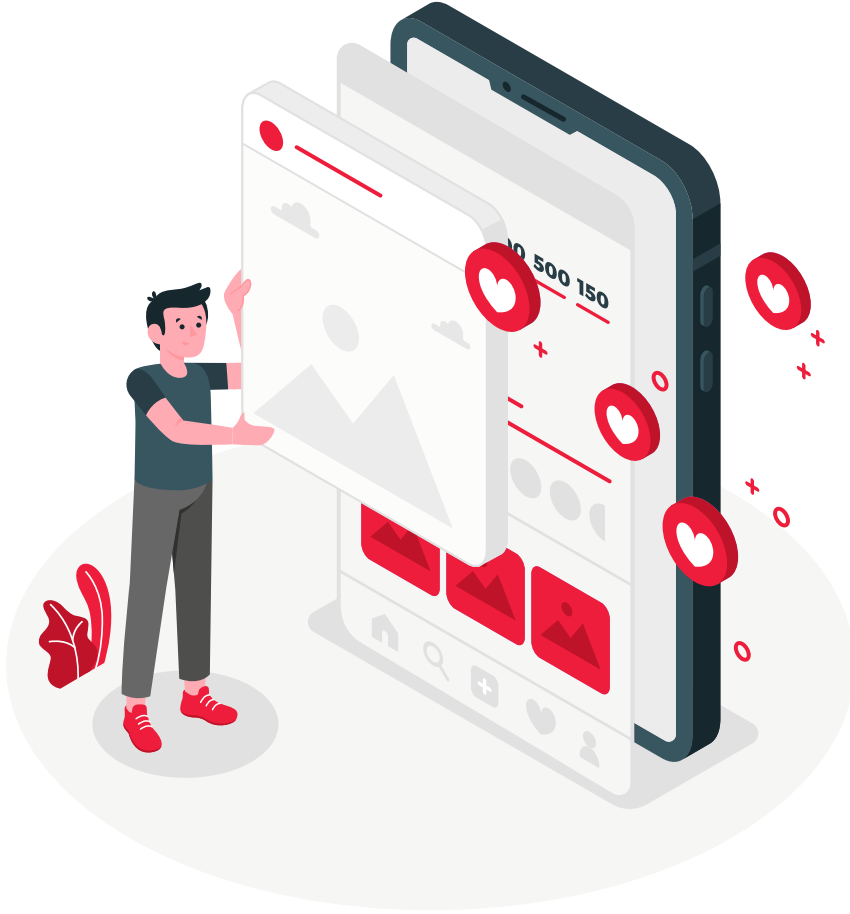
- ✓ **IOS ve Android Platformlar**
- ✓ **Konuma Dayalı Yakın Mekan Bildirimi**
- ✓ **Kolay Kullanım**
- ✓ **Detaylı Filtreleme**
- ✓ **Üyelik Sistemi**
- ✓ **Mekan Detay Seslendirme**
- ✓ **Rota Sistemi (Manuel ve Tavsiye Edilen Rotalar)**
- ✓ **Web Portalı İle Kategori ve Mekan Entegrasyonu**
- ✓ **Nodejs, ReactNative, Redux Kütüphane Altyapısı**
- ✓ **Ekran Uyumluluğu**
- ✓ **Harita ve Yol Tarifi Sistemi**
- ✓ **Sosyal Medya Bağlantıları**
- ✓ **Tavsiye Etme ve Mekan Paylaşma**
- ✓ **Türkçe/İngilizce/Arapça/Rusça Dillerinde Sunum**

## 6.3. Sosyal Medya Kurulumu

Visit Zonguldak ile ilgili yapılacak sosyal medya çalışmaları;

### Sosyal Medya Kurulumu Çalışmaları

- ✓ Zonguldakcomtr Instagram, Facebook, Youtube, Twitter hesaplarının oluşturulması
- ✓ Kullanıcı adlarının alınması
- ✓ Hesap ayarlarının yapılması
- ✓ Paylaşım görsel taslaklarının tasarlanması



## 6.4. Blog

Zonguldak'ın etkin tanıtımına katkıda bulunacak olan bir diğer unsur da hikayelendirme ve blog çalışmaları yapılmalıdır. Blog.visitzonguldak.com subdomaininde yayında olacak bir blog yazılımı ile kent güzellikleri ile ilgili makaleler belirli aralıklarla paylaşılmalıdır.





“  
**PROJE  
LERİNİZİ  
HAYATA  
GEÇİRİYORUZ**  
”



# İçerik Yönetimi

## 7.1. Paydaşlar Aracılığı ile İçerik Toplama

Destinasyonların, küresel rekabet ortamında var olabilmeleri, kendilerini rakiplerinden farklı kılabilmelerine bağlıdır. Bu ise destinasyonların marka imajlarının güçlü olmasını gerektirmektedir. Destinasyon marka imajı, turizm paydaşlarının işbirliği içerisinde hareket etmelerinden, birbirlerinin plan ve stratejilerinden yararlanmalarından güç kazanmaktadır.

Her bir paydaşın arşivinde bölge ile ilgili çok faydalı ve önemli veriler bulunabilmektedir. Her bir paydaşla irtibat kurularak Zonguldak'ın tanıtımına katkıda bulunabilecek her bir **tanıtım metni, fotoğraf, video** toplanarak çatı portal olacak olan **visitzonguldak.com.tr** üzerinden potansiyel ziyaretçilere sunulabilmektedir.

### A - Kamu Kurumları

→ Valilikler

→ Kaymakamlıklar

→ Kalkınma Ajansları

→ İl Kültür Turizm Müdürlükleri

→ İlçe Kültür Turizm Müdürlükleri

→ Belediye Turizm Müdürlükleri

→ Üniversiteler

→ Müze Müdürlükleri

→ Muhtarlıklar

### B - Yerel Halk

### C - Turistler

### D - Yerel İşletmeler

→ Oteller

→ Restoranlar

→ Alışveriş Merkezleri

→ Seyahat Acenteleri

→ Seyahat-Taşımacılık Firmaları

→ Yöresel Gıda Esnafı

→ Hediyelik Eşya Esnafı

→ Diğer Esnaf

### E - Turizm Sivil Toplum Kuruluşları

### F - Ulusal Zincir İşletmeleri (Tur, seyahat vb.)

## 7.2. Toplanan İçeriklerin Girilmesi

BAKKA ve paydaşlardan derlenen verilerin tamamı şirketimiz tarafından süzgeçten geçirilerek ayrıştırılacak, düzenlenecek ve ilk yayın aşamasında web portalında, mobil uygulamada ve sosyal medyada yayınlanacaktır.

## 7.3. Toplanan İçeriklerin Güncel Tutulması

Potansiyel ziyaretçilerin ilgisini çekebilmek ve bölge ile ilgili farkındalığı en üst seviyede ve canlı tutabilmek devamlı güncel veri paylaşılması ile mümkün olacaktır. BAKKA ve paydaşlardan devamlı surette elde edilecek olan verilerin tamamı şirketimiz tarafından süzgeçten geçirilerek ayrıştırılacak, düzenlenecek ve web portalında, mobil uygulamada ve sosyal medyada yayınlanacaktır.



“  
**PROJE  
LERİNİZİ  
HAYATA  
GEÇİRİYORUZ**  
”



# **Büyük Kitlelere Ulaşma**

## 8.1. Sosyal Medya Yönetimi

### İhtiyaç Analizi

Zonguldak şehrinin büyük potansiyele sahip olduğu doğa turizmi, doğa sporları, kültür ve tarih turizmi alanlarında büyük potansiyele sahiptir.

Zonguldak şehri özelinde turizm faaliyetlerinin tanıtılmasına yönelik dijital medyada çalışmaları yapılmamıştır.

### Hedef Kitle Analizi

Zonguldak önemli iki büyük şehre oldukça yakın konumda yer almaktadır.

Sadece **İstanbul ve Ankara illerinin toplamda 20 milyonluk nüfusu** ile birçok turizm kolu açısından büyük bir potansiyel taşımaktadır



VISIT ZONGULDAK

## Sürdürülebilirlik Çalışmaları

Visit Zonguldak Sürdürülebilirlik çalışmaları kapsamında aşağıdaki adımlar takip edilecektir.

- ✓ Zonguldak ilinin turizm potansiyelinin tanıtılması faaliyetleri kapsamında sosyal medya çalışmaları yapılması planlanmaktadır.
- ✓ Zonguldak'ın sosyal medya üzerinden yürütülecek turizm kampanyası 12 ay boyunca planlanmış olup; Instagram, Facebook, Youtube ve Twitter platformları üzerinden yürütülecektir
- ✓ Turizm faaliyetlerin pazarlanmasında daha etkin mecralar olan Instagram, Facebook ve Youtube hesaplarında reklam çalışmaları yapılacaktır.





## Sosyal Medya Yönetimi - İlk Ay

Visit Zonguldak Sürdürülebilirlik çalışmaları kapsamında aşağıdaki adımlar takip edilecektir.

### 1. Sosyal Medya Hesaplarının Oluşturulması

✓ Zonguldakcomtr Instagram, Facebook, Youtube, Twitter hesaplarının oluşturulması

✓ Kullanıcı adlarının alınması

✓ Hesap ayarlarının yapılması

### 2. Sosyal Medya Hesaplarının Tasarımı

✓ Sosyal medya hesaplarının görsel tasarımlarının yapılması; profil ve kapak fotoğraflarının, instagram öne çıkanlarının, youtube kartlarının hazırlanması

✓ Metin düzenlemelerinin yapılması

### 3. İçerik Planlamasının Yapılması

✓ Bölgeye ait turizm rotalarının paylaşılması

✓ Mevcut içerik kaynaklarının belirlenmesi

✓ İçerik planlamalarının hazırlanması

### 4. Reklam Planlamalarının Yapılması

✓ Reklam planlamalarının hazırlanması

✓ Hedef kitle analizinin yapılması

✓ Yüksek potansiyelleri reklam içeriklerinin belirlenmesi

✓ Reklam iş ortaklarının belirlenmesi

## Sosyal Medya Yönetimi - Devam Eden 11 Ay

Visit Zonguldak Sürdürülebilirlik çalışmaları kapsamında aşağıdaki adımlar takip edilecektir.

- ✓ Projelendirilen sosyal medya süreçlerinin yürütülmesi
- ✓ Sayfanın büyüme hedefleri doğrultusunda oluşturulan stratejiye ve etkileşimi arttırmaya yönelik metin, görsel, video içeriklerin üretimi ve hedef kitle üzerinde en iyi sonuç için planlanması
- ✓ Kitle (takipçi ve ziyaretçi) iletişimi yönetimi
- ✓ Sosyal medya içeriklerinin daha kapsamlı sonuçlar için farklı kanallar üzerinden dağıtımının planlanması ve gerçekleştirilmesi
- ✓ Gerçek zamanlı reklam yönetimi yapılması
- ✓ Devam eden kampanyaların başarı analizi ve gerekli ise yeni iyileştirme stratejilerinin oluşturulması

## Hedef Sosyal Medya Rakamları

12 ay sonunda hedeflenen sosyal medya takipçi rakamları aşağıda verilmiştir.



# Öngörülen Aylık Sosyal Medya Sonuçları

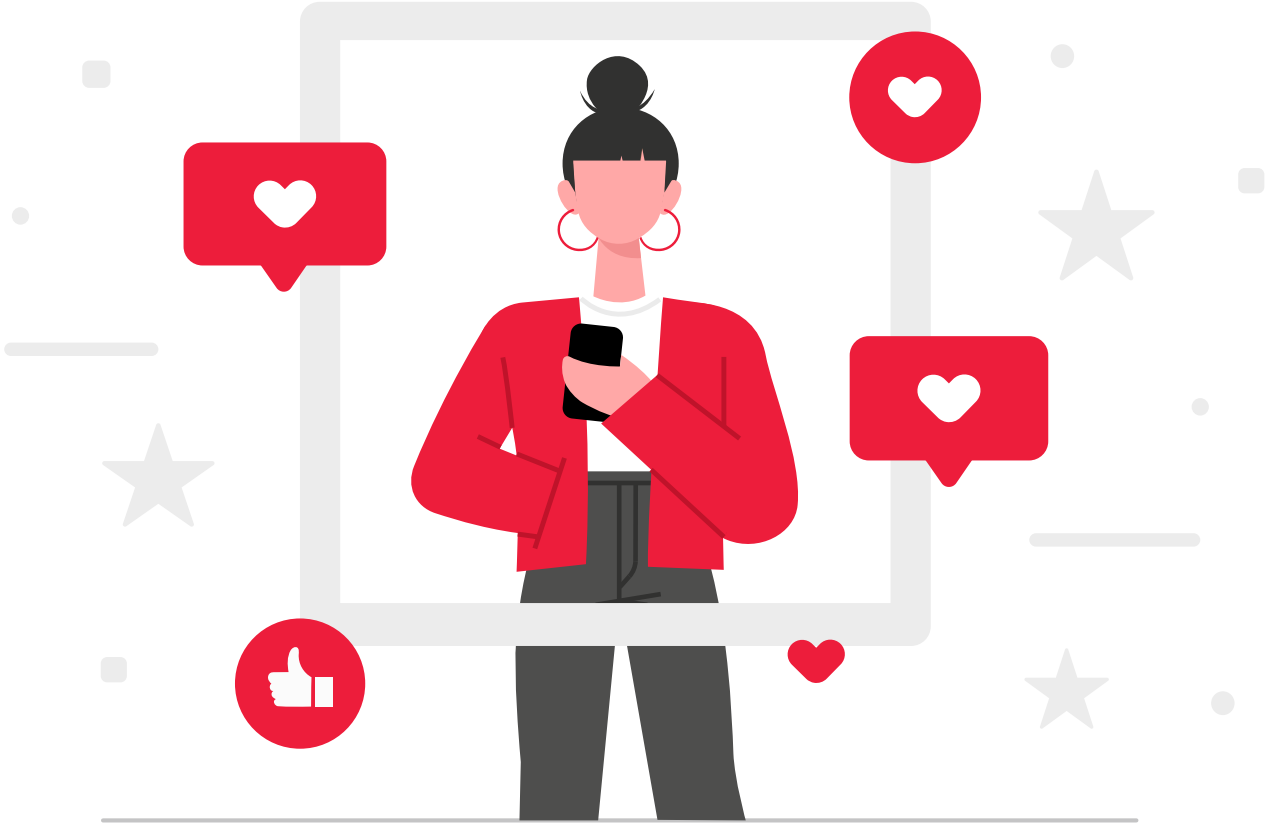
Oluşturulan sosyal medya, içerik ve reklam yönetimi stratejilerinin uygulanmasıyla öngörülen aylık ve toplam sosyal medya sonuçlarına aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

	1.AY	2.AY	3.AY	4.AY	5.AY	6.AY	7.AY	8.AY	9.AY	10.AY	11.AY	12.AY
 Instagram	500 Takipçi	1.500 Takipçi	2.500 Takipçi	3.500 Takipçi	4.500 Takipçi	6.000 Takipçi	7.500 Takipçi	8.000 Takipçi	9.500 Takipçi	11.000 Takipçi	13.000 Takipçi	15.000 Takipçi
 facebook	500 Takipçi	1.500 Takipçi	2.500 Takipçi	3.500 Takipçi	4.500 Takipçi	6.000 Takipçi	7.500 Takipçi	8.000 Takipçi	9.500 Takipçi	11.000 Takipçi	13.000 Takipçi	15.000 Takipçi
 YouTube	50 Abone	100 Abone	150 Abone	200 Abone	300 Abone	400 Abone	500 Abone	600 Abone	700 Abone	800 Abone	900 Abone	1000 Abone

## 8.2. Influencer/Fenomen/YouTuber Çalışmaları

Yüksek sayılarda kullanıcıya sahip ve farklı özellikleri olan sosyal ağlar üzerinden hedef kitleye ulaşabilmek markalar için büyük önem taşımaktadır. Sosyal ağlarda yer almak isteyen reklamverenler/markalar, söz konusu sosyal ağlarda daha etkili olabilmek amacıyla birbirinden farklı tanıtım stratejilerinden yararlanmaktadır. Bunlardan biri de markalaşma ve tanıtım çalışmalarında "fenomen" kullanımudur. Kurumlar - kuruluşlar veya şahıslar youtube, instagram, blog fenomenlerinden faydalanarak hedef kitle üzerindeki etkilerini arttırmaya çalışmaktadır.

Bu bağlamda sosyal ağlar aracılığıyla ortaya çıkan "fenomenler" de dijital dünyanın yeni ünlüleri olarak hem kurum ve kuruluşların hem de sosyal ağ kullanıcılarının ilgisini çekmektedir.



## 8.3. SEO İşlemleri

Özellikle turizme yönelik tanıtım portallarının SEO çalışmalarına çok fazla ihtiyacı bulunmaktadır.

Hem içerik yönünden zengin hem de SEO açısından güçlü bir internet sitesi arama motorlarında istenen seviyeye yükselecektir.

### SEO Çalışması İçin Önemli Kelimeler

✓ Zonguldak	✓ Zonguldak tarihi	✓ Zonguldak antik kentleri
✓ Zonguldak gezilecek yerler	✓ Zonguldak kültürü	✓ Zonguldak mesire yerleri
✓ Zonguldak'da ne yenir	✓ Zonguldak'un kültürel yapısı	✓ Zonguldak müzeleri
✓ Zonguldak'da nerede kalınır	✓ Zonguldak nerededir	✓ Zonguldak mağaraları
✓ Zonguldak'da ne yapılır	✓ Zonguldak yemekleri	✓ Zonguldak fotoğrafları
✓ Zonguldak tarihi yerler	✓ Zonguldak meşhur yemekleri	✓ Zonguldak videoları
✓ Zonguldak tarihi mekanlar	✓ Zonguldak doğal güzellikleri	✓ Zonguldak gezi sitesi
✓ Zonguldak turistik yerler	✓ Zonguldak'a nasıl gidilir	
✓ Zonguldak turistik mekanlar	✓ Zonguldak ilçe adları	
✓ Zonguldak'un nesi meşhur	✓ Zonguldak plajları	
✓ Zonguldak'da nereler gezilir	✓ Zonguldak seyahat firmaları	

## 8.4. Diğer Dijital Medya Çalışmaları

Diğer dijital Zonguldak ile ilgili web portalı ve sosyal medya hesaplarını tüm yurt içi ve yurt dışındaki potansiyel ziyaretçilere ulaştırabilmek için reklam çalışmaları yapılması gerekmektedir.

Uygulamaları yapılabilecek reklam çalışmaları ;

✓ Facebook Reklamları

✓ Instagram Reklamları

✓ YouTube Reklamları

✓ Google Reklamları

✓ İlgili Web Sitelerine Reklam Verme



# VISIT ZONGULDAK PROJESİ

## İşlem Planı

→ 1.Visit Zonguldak Web Portalı İçerikleri İçin Keşif Çalışması Yapılması

→ 2.Keşif Çıktılarının Sonucu Tanıtılacak Unsurların Belirlenmesi

→ 3.Web İsmi / Marka Adı

→ 4. Visit Zonguldak Web Portalı Tasarım ve Yazılımı Yapılması

→ 5.Visit Zonguldak Mobil Uygulama Yapılması

→ 6.Visit Zonguldak Sosyal Medya Kurulumu

→ 7.Visit Zonguldak Blog Sitesi Kurulumu

→ 8.Visit Zonguldak Web Portalı İçeriklerinin Girilmesi ve Yönetilmesi

→ 9.Visit Zonguldak Web Portalı Sürdürülebilirlik Çalışmaları

→ 10.Visit Zonguldak Sosyal Medya Yönetimi

→ 11.Visit Zonguldak Web Portalı SEO Çalışmaları

→ 12.Visit Zonguldak Web Portalı Tanıtım Çalışmaları

