

Checklist to strengthen Direct Distribution / Doğrudan Rezervasyonu Güçlendirmek İçin Kontrol Listesi – 2017

This is a self-assessment checklist for hoteliers to evaluate the potential of their own establishments regarding prospective direct bookings. It may also serve as a stimulation to reflect upon, what could still be done to attract more direct bookings. Although answering honestly even all questions with a 'Yes' will not guarantee 100% of direct bookings, the more questions you can answer with a 'Yes', the more it is likely, that guests would book your services direct.

Bu çalışma, otelcilerin kendi işletmelerinin doğrudan rezervasyon potansiyelini değerlendirmeleri için hazırlanmış bir özdeğerlendirme kontrol listesidir. Daha fazla doğrudan rezervasyon alabilmek için ne yapılabilir yönünde düşünmek üzere bir teşvik edici olarak da kullanılabilir. Bununla beraber, Tüm sorulara dürüstçe "evet" cevabını vermek bile, %100 doğrudan rezervasyonu garanti etmeyecektir. Daha fazla soruya vereceğiniz "evet" cevabı, daha fazla misafirin hizmetlerinizden doğrudan yararlanacağı anlamına gelir.

Completing the checklist may take around 20 minutes of your time, which can be considered as a first good investment to increase direct bookings. You may also print the checklist with your (even temporary) results. Doğrudan rezervasyonları artırmak için ilk iyi yatırım olarak görülebilecek Kontrol Listesini tamamlamak, yaklaşık 20 dakikanızı alacaktır

Note: in the point score, some questions have a higher weighting than others! **Not:** Puanlama açısından, bazı soruların diğerlerine göre daha yüksek bir ağırlığı var!

We wish you lots of success. Hepingize başarılar dileriz.

If you decided to participate in the European 'Book Direct' campaign, you can find further information and promotion materials in the ['Book Direct' Shop](#). Doğrudan Rezervasyon için daha fazla bilgi için; <https://www.book-direct-shop.eu/>

Checklist to strengthen Direct Distribution / Doğrudan Rezervasyonu Güçlendirmek İçin Kontrol Listesi – 2017

1	Establish an own profile / Profilinizi belirleyin	Yes / Evet	No / Hayır
1.1	You know why guests book your hotel? Misafirler niçin otelinizi tercih ediyor biliyor musunuz?	1	0
1.2	You have clearly defined your competitors (local & regional)? Lokal ve bölgesel olarak rakiplerinizi net olarak tanımladınız mı?	1	0
1.3	You have unique selling propositions (USPs), which set you apart from competitors in your region? Bölgenizde sizi rakiplerinizden ayıracak özel satış önermeleriniz var mı?	1	0
1.4	You actively communicate these USPs on your website? Bu size özel satış önermelerini web sayfanızda aktif olarak sunuyor musunuz?	1	0
2.	Build up knowledge and know how / Bilgi birikiminizi ve Teknik bilgilerinizi kurun	Yes	No
2.1	You know how many bookings and what turnover you generate through which online booking portal and especially via your own website? Online rezervasyon portalları ve özellikle kendi web siteniz üzerinden ne kadar rezervasyon alıyor sunuz ve bu rezervasyonlar nasıl bir ciro üretiyor, biliyor musunuz?	1	0
2.2	You know what affiliate marketing is, how it is used by online booking portals and what this might mean for your distribution strategy? Bağlantılı pazarlama nedir, online rezervasyon portalları tarafından nasıl kullanılır ve bunun rezervasyon dağıtım stratejiniz için ne gibi bir anlam ifade edebileceğini biliyor musunuz?	1	0
2.3	You have an overview which online-portals (OTAs, review sites, etc.) place advertisements on your hotel name on Google, Yahoo, Bing or similar? Hangi online portallar (online seyahat acenteleri, yorum siteleri v.b.) google, yahoo, bing v.b. mecralarda oteliniz adına reklam yerleştiriyor konusunda bir fikriniz var mı?	0,5	0

Checklist to strengthen Direct Distribution / Doğrudan Rezervasyonu Güçlendirmek İçin Kontrol Listesi – 2017

2.4	Do you intend to do something against that? Buna karşı bir şey yapma eğiliminiz var mı?	1	0
2.5	You know the average costs per booking that result from the particular online booking portals and your own website (monthly fees, reservation fees, commissions)? Kendi web sayfanızdan ve herhangi bir online rezervasyon portalından kaynaklı her bir rezervasyonun, ortalama masrafını biliyor musunuz?	1	0
2.6	You know the percentage of your spending on online intermediaries' commissions of your total expenses? Online aracılarn komisyonlarının toplam harcamalarınızdaki yüzdesini biliyor musunuz?	1	0
2.7	You have examined the meaningfulness and efficiency of OTA partner programs which promise a better ranking and more bookings for a higher commission in the case of your own hotel? Kendi oteliniz kapsamında, daha yüksek komisyon oranı alabilmek için daha iyi bir sıralama ve daha fazla rezervasyon vaadeden OTA partner programlarının anlamlılığını ve etkinliğini incelediniz mi?	2	0
2.8	Does your business have an employee, who has expertise in the area of online marketing, online distribution and social media? İşletmenizde sosyal medya, online dağıtım kanalları ve online pazarlama alanlarında bir uzman çalışıyor mu?	1	0
2.9	Have you or your employees ever taken part in a course or seminar regarding online marketing, reputation management, search engine marketing, social media etc.? Siz ya da çalışanlarınız online pazarlama, itibar yönetimi, arama motoru pazarlaması, sosyal medya v.b. alanlarında kurs veya seminer aldı mı?	2	0

Checklist to strengthen Direct Distribution / Doğrudan Rezervasyonu Güçlendirmek İçin Kontrol Listesi – 2017

3.	Optimize your hotel's website / Oteliniz web sayfasını optimize edin	Yes	No
3.1	Your hotel has its own regularly updated website? Oteliniz düzenli olarak güncellenen bir web sayfasına sahip mi?	2	-10
3.2	Visitors of your website find all the information they need with only few clicks and can contact you for any question they may have? Ziyaretçiler sadece bir iki tıklamayla web sayfanızda ihtiyaçları olan tüm bilgilere erişebiliyor ve herhangi bir soru için sizinle iletişime geçebiliyor mu?	2	0
3.3	You use a live chat tool on your website to communicate with guests and visitors (e.g. LiveRate, hotelchamp, Triptease, etc.)? Misafirler ve ziyaretçiler için web sayfanızda canlı sohbet aracı kullanıyor musunuz? (Liverate, hotelcahmp, tripease gibi)	1	0
3.4	You have the booking possibility / button prominently placed on your homepage? Ana sayfanıza yerleştirilmiş rezervasyon imkanı/butonu mevcut mu?	2	-10
3.5	Do you present helpful and unique content regarding your business on your website, checked by a third person, which helps the guest with his decision-making and which he can only find on your website? İşletmenizle ilgili yararlı ve özel olan, üçüncü bir kişi tarafından kontrol edilen, misafire karar verme sürecinde yardımcı olan ve yalnızca web sitenizde bulunabilecek bir içerik sunuyor musunuz?	1	0
3.6	Do you have professional and up-to-date pictures of your hotel on your website and you own the copyright for all published pictures? Web sayfanızda, otelinizin profesyonel ve güncel resimleri mevcut mu ve yayınlanan tüm fotoğrafların telif haklarına sahip misiniz?	2	0

Checklist to strengthen Direct Distribution / Doğrudan Rezervasyonu Güçlendirmek İçin Kontrol Listesi – 2017

3.7	Do you have an own video of your hotel, which one can find displayed on your website and for example on YouTube, Google or use the services of Google Business Photos? Herhangi bir kişinin web sitenizde ve örneğin Youtube'da, Google'da bulabileceği otelinize ait bir videonuz var mı ya da Google İş Fotoğrafları hizmetini kullanıyor musunuz?	0,5	0
3.8	Do you have some 360 degree photos of your hotel on your website and on e.g. Google My Business? Otelinizin web sayfasında ya da Google My Business'da 360 derece otel fotoğraflarınız var mı?	0,5	0
3.9	You make purchasing as easy as possible. You guarantee a simple booking process offering availability, alternative dates, immediate booking option and contact information for every offer and every product (such as conference rates, weekend-specials, etc.). Satın almayı yeterince kolaylaştırıyor musunuz? Her teklif ve her ürün için hızlı rezervasyon seçeneği, alternatif tarihler, müsaitlik ve iletişim bilgisi içeren basit bir rezervasyon süreci garanti ediyor musunuz?	1	0
3.10	You only request data from guests that is absolutely essential to process the booking? Rezervasyon süreci kapsamında misafirlerden sadece kesin gerekli olan verileri mi talep ediyorsunuz?	1	0
3.11	You provide the methods of payment which your guests like to use? Misafirlerinizin kullanmak istediği ödeme yöntemlerini sağlıyor musunuz?	1	0
3.12	You know the deeplink to the booking page (not the general URL of the homepage!) of your favourite online booking channel, so that you can give it e.g. to your direct marketing channels? Favori online rezervasyon kanalınızdaki, rezervasyon sayfası dip linkini (genel ana sayfa URL'si değil!) biliyor musunuz?	1	0
3.13	You link your own website to other webpages (e.g. with regional event webpages, tourism organizations, museums, etc.) and they back link to your website? Kendi web sayfanızın linkini, diğer web sayfalarına bağlantı olarak veriyor musunuz (bölgesel etkinlik sayfaları, turizm örgütleri, müzeler v.b.) ve karşılığında onlar da sizin web sayfanıza link veriyor mu?	1	0

Checklist to strengthen Direct Distribution / Doğrudan Rezervasyonu Güçlendirmek İçin Kontrol Listesi – 2017

3.14	You advertise your webpage intensively (e.g. by inserting a link into E-Mails, in letters and on invoices)? Web sayfanızın yoğun bir şekilde reklamını yapıyor musunuz? (ör: emaillere, mektuplara, faturalara link ekleyerek)	1	0
3.15	You use software to measure success on your website and you know which search terms are used to find your website? Web sitenizdeki başarıyı ölçmek için yazılım kullanıyor musunuz ve web sitenizi bulmak için hangi arama terimlerinin kullanıldığını biliyor musunuz?	1	0
3.16	You have targets set up in the website traffic analyser (e.g. Google Analytics)? Web sitesi trafik analizinde (örneğin, Google Analytics) hedefleriniz mi var?	1	0
3.17	You track the booking engine traffic on your website separately? Web sitenizdeki rezervasyon motoru trafiğini, web siteniz trafiğinden ayrı olarak izliyor musunuz?	1	0
3.18	Are there goals tracked in this part (to check at which stage you “lose” the guest)? Bu bölümde izleme hedefleri var mı (misafiri kaybettiğiniz aşamayı kontrol etmek için)?	1	0
3.19	You have examined the meaningfulness of tools which animates website visitors to book direct with the use of smart personalization - the website automatically provides the right offer / incentives in the right place to the visitor - (e.g. hotelchamp, Triptease, etc.) Akıllı kişiselleştirme yöntemiyle web sitesi ziyaretçilerini doğrudan rezervasyona yönlendiren araçları teşhis ettiniz mi? web sayfanız ziyaretçiye doğru zamanda doğru teklifi/teşviği otomatik olarak sağlıyor mu? (ör: hotelchamp, Triptease)	1	0
3.20	Your website is available in different languages for the different source markets you address. Hitap ettiğiniz farklı pazarlar için web siteniz farklı diller sunuyor mu?	1	0
3.21	You propose a mobile/ responsive version of your Website? Web siteniz mobil uyumlu mu?	1	0

Checklist to strengthen Direct Distribution / Doğrudan Rezervasyonu Güçlendirmek İçin Kontrol Listesi – 2017

3.22	You have tested if your website is mobil-friendly (https://search.google.com/test/mobile-friendly)? Sitenizin mobil dostu olup olmadığını test ettiniz mi? https://search.google.com/test/mobile-friendly	1	0
3.23	Your hotel is easily bookable on this mobile website? Otelinize mobilde kolayca rezervasyon yapılabilir mi?	1	0
3.24	Did you ensure that the imprint, the terms & conditions and the privacy statements on your website are legally secure (check within the last 12 month)? Web sitenizdeki marka, şartlar ve koşulların ve gizlilik bildirimlerinin yasal olarak güvenli olduğunu garanti ettiniz mi? (son 12 ayda control edildi mi)	1	0
4.	Control prices and availability / Fiyat ve Müsaitliğin Kontrolü	Yes	No
4.1	Do you know on which online booking portals, travel sites and “deal-portals” your hotel can be booked? Hangi online rezervasyon kanalları, seyahat siteleri ve teklif portallarında otelinize rezervasyon yapılabilir, biliyor musunuz?	1	0
4.2	Do you have an overview of the rates, availabilities, conditions and information that can be found in the internet concerning your hotel? Otelinizin internet aracılığıyla bulunabilen fiyatları, müsaitliği, koşulları ve genel bilgilendirmesiyle ilgili bir fikriniz var mı?	1	0
4.3	Are you aware that some OTAs in their terms and conditions allow you to offer better prices and conditions offline and in some cases online to your guests, than available with them? Bazı OTAların(online seyahat acentelerinin) şartlar ve koşullarında, offline olarak ya da bazen online olarak misafirlerinize daha iyi fiyatlar ve koşullar sunmanıza izin verdiğini biliyor musunuz ve bunu sunuyor musunuz?	1	0
4.4	Do you propose your customers on your website to contact you by phone for special / better offers? Web sitenizde, misafirlerinize daha iyi/özel teklifler için sizi telefonla aramalarını öneriyor musunuz?	1	0
4.5	Nobody, not even the best sales partner can sell anything better than you yourself via your own website? Hiç kimse, en iyi satış iş ortağınız bile, sizin web sayfanız aracılığıyla sizden daha iyi satış yapamaz.	2	0

Checklist to strengthen Direct Distribution / Doğrudan Rezervasyonu Güçlendirmek İçin Kontrol Listesi – 2017

4.6	You have a best price guarantee on your own website with clear and comprehensible rules for guests who book your hotel direct (online or offline)? Otelinize doğrudan (çevrimiçi veya çevrimdışı) rezervasyon yapan misafirler için açık ve anlaşılır kurallarla kendi web sitenizde en iyi fiyat garantisine sahip misiniz?	2	0
4.7	You have examined the meaningfulness of price comparison widgets (e.g. Triptease, LiveRate, hotelchamp, etc.) on your website to compare your website-price with the prices on OTAs? Web sitenizdeki fiyat karşılaştırma araçlarının (örneğin, Triptease, LiveRate, hotelchamp vb.) anlamlılığını, web sitenizin fiyatını OTA'lardaki fiyatlarla karşılaştırmak için incelediniz mi?	1	0
4.8	You make all products, room categories and optional additional services available to purchase online on your own website? Tüm ürünlerinizi, oda tiplerinizi ve opsiyonel ilave servislerinizi kendi web sitenizde satın alınabilir kıldınız mı? This also applies to weekend prices and additional services, such as early check-in, late check-out, car park or airport shuttle. Bu ayrıca hafta sonu fiyatları ve erken c/in, geç c/out, otopark ve hava alanı servisi gibi ilave hizmetler için de geçerlidir.	1	0
4.9	You have a strategy to offer benefits / amenities to customers, who book direct (free parking, free newspaper, upgrades etc.)? Doğrudan rezervasyon yapan misafirler için fayda/imkan sunan bir stratejiniz var mı? (ücretsiz park, ücretsiz gazete, upgrade gibi)	1	0
4.10	You offer exclusive arrangements and conditions (e.g. late check out, free cancellation, etc.) exclusively bookable on your website? Web sitenizde özel olarak rezervasyon yapılabilen özel düzenlemeler ve koşullar (örn. Geç check-out, ücretsiz iptal, vb.) teklif ediyor musunuz?	2	0
4.11	Do you make sure (contractually) that tour-operator-rates, which are exclusively intended to be sold to guests in travel-packages, cannot be depacketized and booked freely via online booking portals on the internet? Seyahat paketleri içerisinde konuklara satılması amaçlanan tur operatörü fiyatlarının, internet üzerinden online rezervasyon	2	0

Checklist to strengthen Direct Distribution / Doğrudan Rezervasyonu Güçlendirmek İçin Kontrol Listesi – 2017

	portallar vasıtasıyla paketten çıkarılması ve serbestçe rezerve edilemeyeceğinden (sözleşmeli olarak) emin misiniz?		
4.12	Do you use a channel manager? Channel Manager / Kanal Yöneticisi kullanıyor musunuz?	2	0
4.13	Do you administer the channel manager actively and regularly? Kanal yöneticisini aktif ve düzenli olarak yönetiyor musunuz?	1	0
5.	Ensure attention and detectability / Dikkat ve tespit edilebilirliği sağlayın	Yes	No
5.1	Your hotel can be found via search engines (Google, Bing, Yahoo) easily? Oteliniz arama motorları aracılığıyla kolayca bulunabiliyor mu? (Google, Bing, Yahoo)	1	0
5.2	Do you make use of search engine optimisation (SEO) for your website? Web siteniz için arama motoru optimizasyonu (SEO) kullanıyor musunuz?	1	0
5.3	Your hotel is present on Google My Business / Google-Maps Oteliniz Google My Business / Google Haritalar'da mevcut mu? Have you already taken possession of the entry? Giriş yetkisini üstünüze aldınız mı?	2	0
5.4	Your hotel is present on other online maps and in navigation systems? Oteliniz diğer online haritalar ve navigasyon sistemlerinde mevcut mu?	0,5	0
5.5	Do you maintain your hotel content on trivago, holidaycheck, tripadvisor, kayak and other important travel sites proactively and regularly? Otel içeriğinizi, trivago, holidaycheck, tripadvisor, kayak ve diğer önemli seyahat sitelerinde proaktif ve düzenli olarak sağlıyor musunuz?	1	0

Checklist to strengthen Direct Distribution / Doğrudan Rezervasyonu Güçlendirmek İçin Kontrol Listesi – 2017

5.6	Do you follow your ranking on these sites? Bu sitelerdeki sıralamanızı takip ediyor musunuz?	1	0
5.7	Do you ensure that links to booking sites from e.g. Tripadvisor are sites that your company has an agreement with? Örneğin, Tripadvisor gibi rezervasyon sitelerine yapılan bağlantıların, şirketinizin anlaşma yaptığı siteler olduğundan emin misiniz?	1	0
5.8	Do you know of the specific deals for advertising for hotel businesses, which some travel sites offer? Bazı seyahat sitelerinin otel işletmeleri için reklam fırsatlarını sunduğunu biliyor musunuz?	1	0
5.9	Do you carry out search engine marketing (Google AdWords / SEM)? Arama motoru pazarlamacılığı yapıyor musunuz (Google AdWords / SEM)?	1	0
5.10	Do you or does your agent apply “monitoring software” for such search engine advertisements? Siz ya da ajansınız bu tür arama motoru reklamları için "izleme yazılımı" uyguluyor mu?	1	0
5.11	You use a modern Content Management System and carry out regular updates (ideally daily, but at least weekly) which help search engines to bring the right visitors to your website (e.g. descriptions of current events in the region to offer guests a hotel room). Modern bir İçerik Yönetim Sistemi kullanıyor musunuz ve arama motorlarının doğru ziyaretçileri web sitenize getirmelerine yardımcı olan düzenli güncellemeleri (ideal olarak her gün, ancak en az haftalık olarak) gerçekleştiriyor musunuz (örneğin, bölgedeki güncel etkinlikler hakkında bilgilendirme)	1	0
5.12	You know and actively use meta descriptions, HTML titles and so-called "friendly URL's", i.e. browser addresses, which correspond to your guests' searches as much as possible. Meta açıklamalarını, HTML başlıklarını ve mümkün olduğunca misafirlerinizin aramalarına karşılık gelen "Dost/Yakın URL'ler" olarak adlandırılan tarayıcı adreslerini	1	0

Checklist to strengthen Direct Distribution / Doğrudan Rezervasyonu Güçlendirmek İçin Kontrol Listesi – 2017

		biliyor musunuz ve aktif olarak kullanıyor musunuz?	
		Yes	No
6.	Improve customer retention (CRM): Müşteri Koruma Sistemini geliştirin (CRM)		
6.1	Do you invite leaving guests to consider booking direct next time? Ayrılan misafirleri bir dahaki sefere doğrudan rezervasyon yapmayı düşünmeye davet ediyor musunuz?	2	0
6.2	Do you have a database of regular guests, which you keep up to date? Güncel tuttuğunuz düzenli konuklardan oluşan bir veritabanınız var mı?	1	0
6.3	Do you contact your guests via direct marketing (special offers, newsletter, etc.)? Misafirleriniz ile doğrudan pazarlama aracılığıyla iletişime geçiyor musunuz? (özel teklifler, bültenler gibi)	1	0
6.4	Do you use professional software to organise your newsletter marketing? Bülten pazarlamanızı organize etmek için profesyonel yazılım kullanıyor musunuz?	1	0
6.5	Do you know which channels your regular guests use to book your hotel? Düzenli gelen misafirlerinizin otel rezervasyonu yapmak için hangi kanalları kullandığını biliyor musunuz?	1	0
6.6	Do you have a bonus / loyalty scheme for regular guests and is it integrated in your own website? Düzenli misafirler için bonus / sadakat şemanız var mı ve kendi web sitenizde entegre mi?	1	0
6.7	You develop creative ways to say "thank you" whenever a regular guest books through your website by using your fully automated online booking tool? Tamamen otomatik online rezervasyon aracınızı kullanarak web siteniz üzerinden rezervasyon yapan düzenli konuklarınıza "teşekkürler" demek için yaratıcı yollar geliştiriyor musunuz?	1	0
For example you offer a surprising welcome drink on arrival (and the important information that this is a thank you			

Checklist to strengthen Direct Distribution / Doğrudan Rezervasyonu Güçlendirmek İçin Kontrol Listesi – 2017

	for booking direct) or another small added value to reward guests? Örneğin girişte şahane bir karşılama içeceği (bunun doğrudan rezervasyon yaptıkları için bir teşekkür olduğunu belirterek) veya misafirleri ödüllendirmek için başka bir küçük katma değer sunuyor musunuz?		
6.8	Do you have a policy regarding the use of the guests' profile in your booking system or Property Management System? This may help to keep focus on individual guest booking through your own channels. Rezervasyon sisteminizde veya Şirket Yönetim Sisteminizde misafirlerin profilinin kullanımı ile ilgili bir politikanız var mı? Bu, kendi kanallarınız aracılığıyla bireysel konukların rezervasyon yapmasına odaklanmanıza yardımcı olabilir.	1	0
6.9	You store all the agreed contractual prices and you personally invite companies, conference booking guests and other target groups to get to know your online booking conditions. Anlaşmaya varılan tüm sözleşme fiyatlarını saklıyorsunuz ve şirketleri, konferans konuklarını ve diğer hedef kitleleri sizin doğrudan rezervasyon koşullarınızı öğrenmeleri için kişisel olarak davet ediyor musunuz?	1	0
7.	Strengthen recommendation marketing: Tavsiye pazarlamasını güçlendirin:	Yes	No
7.1	Do you already collect evaluations by your guests on your own homepage, to become more independent from booking and review portals (e.g. Customer Alliance, Trustyou, Revinate, etc.)? Rezervasyon ve görüş portallarından (örneğin, Customer Alliance, Trustyou, Revinate,vb.) daha bağımsız hale gelmek için konuklarınızdan değerlendirmelerini kendi anasayfanız aracılığıyla topluyor musunuz?	1	0
7.2	Do you actively communicate these possibilities to evaluate on your homepage? Ana sayfanızda değerlendirmek için bunlarla aktif olarak iletişim halinde misiniz?	1	0
7.3	Do you encourage your guests to give reviews (e.g. request per e-mail after the stay, flyer, cardboard stands, direct address, etc.) on internal or external websites (e.g. holidaycheck, Tripadvisor)? Misafirlerinizi yorum bırakmaları için	1	0

Checklist to strengthen Direct Distribution / Doğrudan Rezervasyonu Güçlendirmek İçin Kontrol Listesi – 2017

	(kalıştan sonra email gönderimi, flyer, kartlar v.b.) dahili (kendi web siteniz) ya da harici (ör: holidaycheck, Tripadvisor) web sitelerine yönlendiriyor musunuz?		
7.4	Do you comment evaluations, positive as well as negative ones? Değerlendirmelere yorum yapıyor musunuz, olumlu olanlar kadar, olumsuz olanlara da?	1	0
8.	Use social media: Sosyal medyayı kullanın	Yes	No
8.1	Do you make use of social media such as Facebook, Instagram, Twitter to attract attention to your hotel? Otelinize dikkat çekmek için Facebook, Instagram, Twitter gibi sosyal medya kanallarını kullanıyor musunuz?	1	0
8.2	Do you monitor what is said about your hotel on social media platforms (social media monitoring)? Sosyal medya platformlarında oteliniz hakkında söylenenleri izliyor musunuz?	1	0
8.3	Do you have a social media strategy? Sosyal medya stratejiniz var mı?	1	0
8.4	You have linked your website with social media applications (G+ button, facebook button, etc.), in compliance with applicable privacy policies? Web sitenizi, sosyal medya uygulamalarına (G + düğmesi, facebook düğmesi vb.) ilgili gizlilik politikalarına uygun olarak mı bağladınız/link verdiniz?	0,5	0