

KALKINMA ATÖLYESİ



KAPSAMLI DİJİTAL PERFORMANS RAPORU

Instagram - LinkedIn- Academia

Haziran - Ağustos
2026

Raporu Hazırlayan

Ertan Karabıyık

Katkı Sağlayanlar

Meryem Sarıkaya

Kapak Fotoğrafı

Kurtuluş Karaşın, Beyşehir Gölü, 2025

Tasarım

Meryem Sarıkaya

Eylül 2026, Ankara

© Bu yayın bir kamu malıdır. Alıntılar kaynak gösterilerek yapılabilir; izinsiz olarak tamamı veya bir kısmı çoğaltılabilir, fotokopisi çekilebilir, elektronik ortamlarda kopyalanabilir ve geniş çapta dağıtılabilir.



Bilim, Kültür, Eğitim, Araştırma, Uygulama, Üretim ve İşletme Kooperatifi

Çankaya Mah. Üsküp Cad. No: 16/14 Çankaya - Ankara

+90 (553) 211 38 97

 kalkinmaatolyesi

 kalkinmatolyesi

 info@ka.org.tr

 www.ka.org.tr



İÇİNDEKİLER

Yönetici Özeti	4
Bölüm A - Kalkınma Atölyesi Kurumsal Sayfa Analizi (LinkedIn).....	4
Bölüm B - Ertan Karabıyık Kişisel Profil Analizi (LinkedIn)	7
Bölüm C - Birleşik LinkedIn Kanal Karşılaştırması.....	9
Bölüm D - Instagram Performans Analizi	12
Bölüm E - Academia Performans Analizi.....	16
Bölüm F - Tüm Platformlar Genel Değerlendirme ve Stratejik Öneriler	22

YÖNETİCİ ÖZETİ

TÜM PLATFORMLARDA GENEL DEĞERLENDİRME

Bu rapor, Kalkınma Atölyesi'nin dijital iletişim performansını üç platformda incelemektedir: LinkedIn (kurumsal sayfa ve Genel Sekreter Ertan Karabıyık'ın kişisel profili, ~90 günlük dönem: 24/26 Mayıs–21/23 Ağustos 2026), Instagram (60 günlük dönem: Temmuz–Ağustos 2026) ve Academia (60 günlük dönem). Üç platform birlikte, dönem boyunca toplam 77.106 görüntülenme/gösterim üretmiştir.

LinkedIn'de iki kanal toplamda 44.824 gösterim üretmiş; bunun %38'i kurumsal sayfadan (16.885), %62'si kişisel profilden (27.939) gelmiştir. Instagram hesabı aynı dönemde 31.922 görüntülenme ve 64 yeni takipçi kazanmış, Academia hesabı ise 360 görüntülenme ve 295 indirme ile akademik/profesyonel bir kitleye erişim sağlamıştır.

Tüm platformlarda Temmuz ayı başından itibaren keskin ve büyük ölçüde eş zamanlı bir büyüme trendi gözlemlenmektedir. Bu örtüşme, koordineli bir içerik takviminin ve düzenli yayın temposunun tüm kanallarda benimsendiğine işaret etmektedir.

- Kalkınma Atölyesi (LinkedIn kurumsal): 16.885 gösterim, 1.362 tıklama, 544 tepki, 39 gönderi, ortalama etkileşim oranı %11,3.
- Ertan Karabıyık (LinkedIn kişisel): 27.939 gösterim, 6.299 erişilen üye, 713 etkileşim, 723 yeni takipçi, genel etkileşim oranı %2,55.
- Instagram: 31.922 görüntülenme, 1.023 etkileşim, 64 yeni takipçi; Temmuz ayında bir önceki aya göre %251 büyüme kaydedilmiştir. Reels formatı ve 25. Yıl Video Serisi öne çıkan içerik türleridir.
- Academia: 360 görüntülenme, 295 indirme (%82 indirme oranı) — kullanıcıların yayınlara yüzeysel değil, ayrıntılı biçimde eriştiğini göstermektedir.
- LinkedIn kanallarında en güçlü yayın günleri Çarşamba ve Perşembedir; Instagram'da ise en aktif saat aralığı 09:00–12:00'dir.
- Ortak LinkedIn içeriklerinde (KKV Programı, kuruluş hikâyesi) kişisel profil kurumsal sayfayı 2–2,4 kat geride bırakmıştır — kişisel kanal güçlü bir çoğaltıcı rolü oynamaktadır.
- Üç platformda da kurumsal hafızayı aktaran anlatı/hikâye içerikleri (25. Yıl Video Serisi, kuruluş hikâyesi) ile uzmanlık/bilgi paylaşımına dayalı içerikler (KKV Webinar Serisi, Academia yayınları) en yüksek ilgiyi görmüştür.

BÖLÜM A

KALKINMA ATÖLYESİ

KURUMSAL LİNKEDİN SAYFASI DETAYLI PERFORMANS ANALİZİ

A.1 - GENEL PERFORMANS ÖZETİ

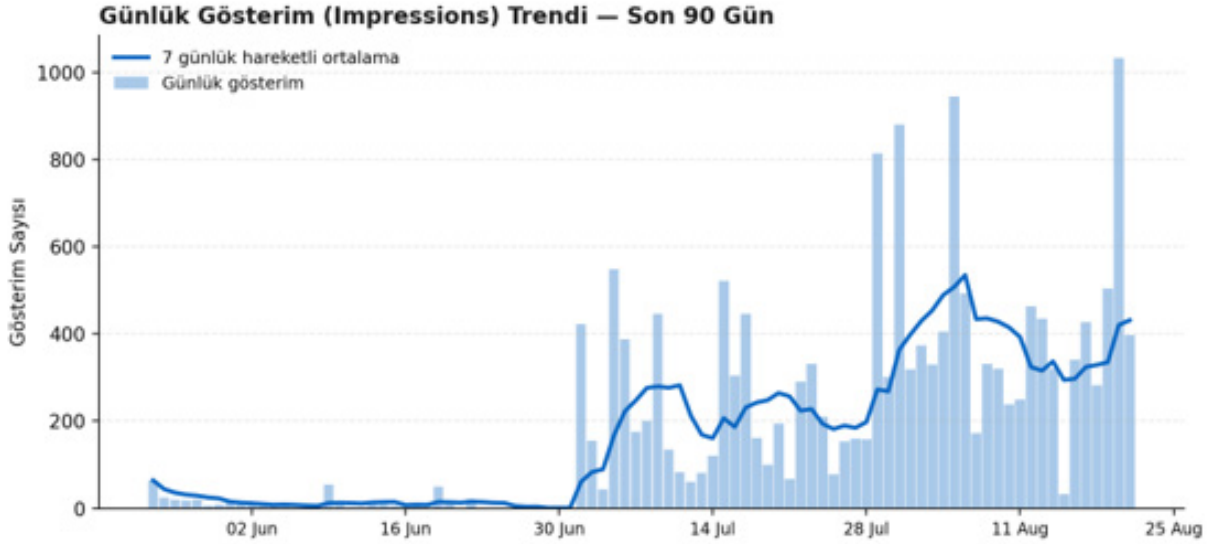
Aşağıdaki tablo, 24 Mayıs – 21 Ağustos 2026 tarihleri arasındaki 90 günlük dönemde LinkedIn kurumsal sayfa metriklerinin toplamını göstermektedir (organik veriler).

Toplam Gösterim (Impressions)	16.885
Toplam Tekil Gösterim (Unique)	8.339
Toplam Tıklama (Clicks)	1.362
Toplam Tepki (Reactions)	544
Toplam Yorum (Comments)	10
Toplam Repost	0
Ortalama Günlük Etkileşim Oranı	%9,97
Toplam Gönderi Sayısı (2 Tem-21 Ağu)	39
Gönderi Bazlı Toplam Tıklama Oranı (CTR)	%8,15

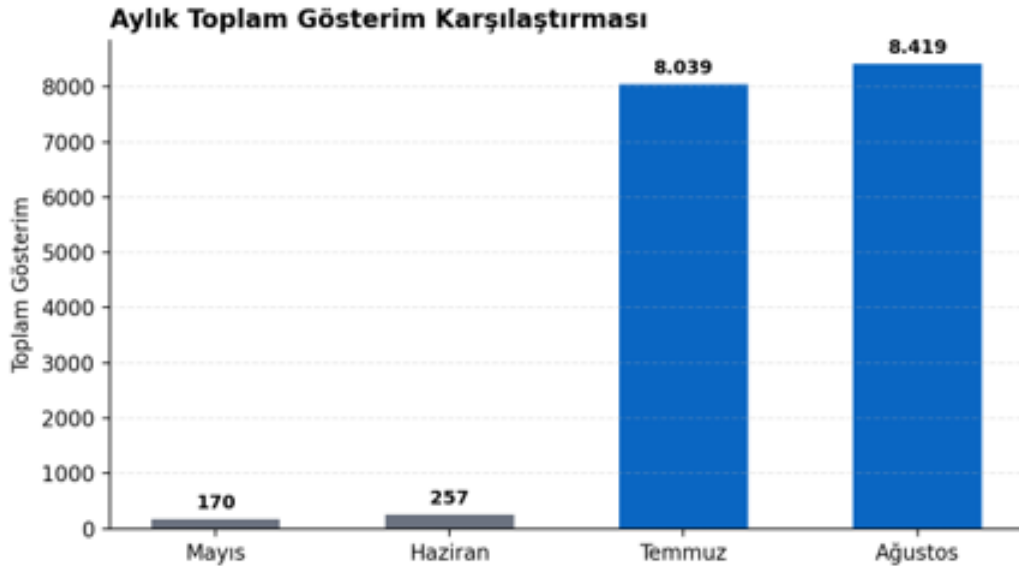
Not: Etkileşim oranı (tepki + yorum + repost + tıklama) / gösterim olarak hesaplanmıştır.

A.2 - ZAMAN İÇİNDEKİ DEĞİŞİM

Günlük gösterim verileri, Mayıs-Haziran döneminde düşük ve düzensiz aktiviteden, Temmuz başından itibaren sürekli bir yükseliş trendine geçildiğini göstermektedir.



Şekil A.1 - Günlük gösterim ve 7 günlük hareketli ortalama.



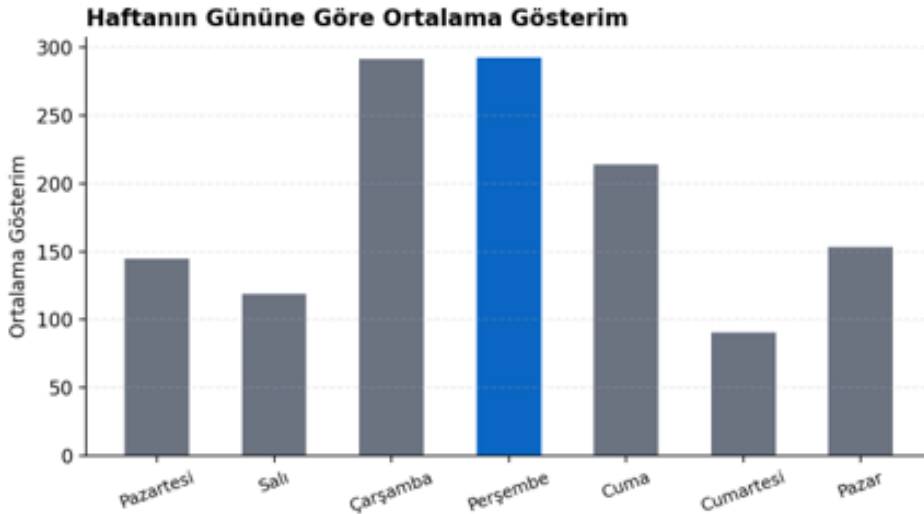
Şekil A.2 - Aylık toplam gösterim karşılaştırması.

Ay	Gösterim	Tıklama	Tepki	Yorum
Mayıs*	170	12	7	1
Haziran	257	16	3	0
Temmuz	8.039	624	231	5
Ağustos**	8.419	710	303	4

*24-31 Mayıs. **21 Ağustos'a kadar

A.3 - YAYIN ZAMANLAMASI ANALIZI

Çarşamba ve Perşembe günleri en yüksek ortalama gösterime sahiptir. Cumartesi düşük hacimli olsa da orantısız olarak yüksek etkileşim (%22,9) üretmektedir.

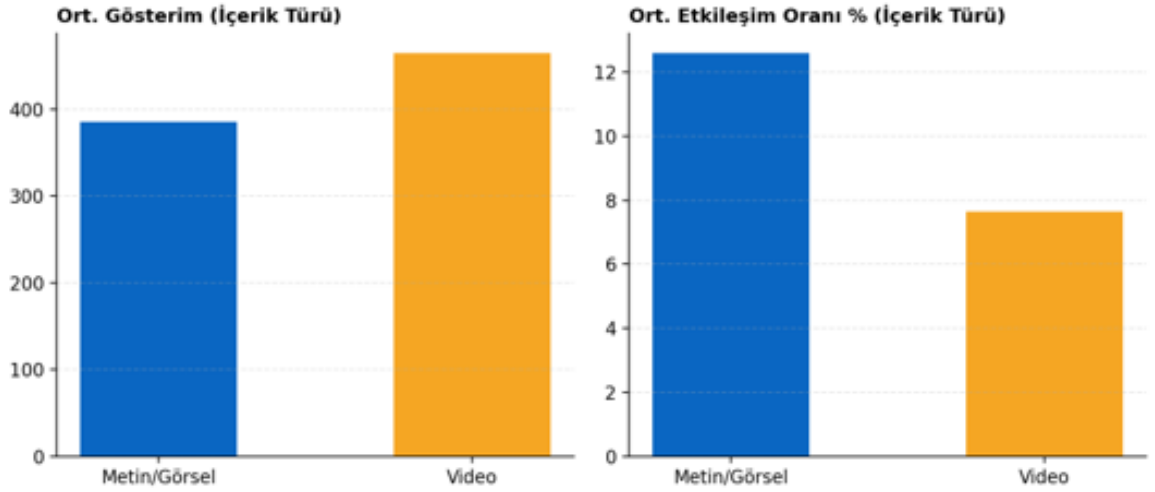


Şekil A.3 - Haftanın gününe göre ortalama gösterim.

- **En yüksek:** Çarşamba ve Perşembe (~291-293 ort. gösterim).
- **En düşük:** Cumartesi (~91 ort. gösterim).

A.4 - İÇERİK TÜRÜNE GÖRE PERFORMANS

39 gönderinin 17'si video, 22'si metin/görsel formatındadır. Video daha çok erişim, metin/görsel daha çok etkileşim üretmektedir.

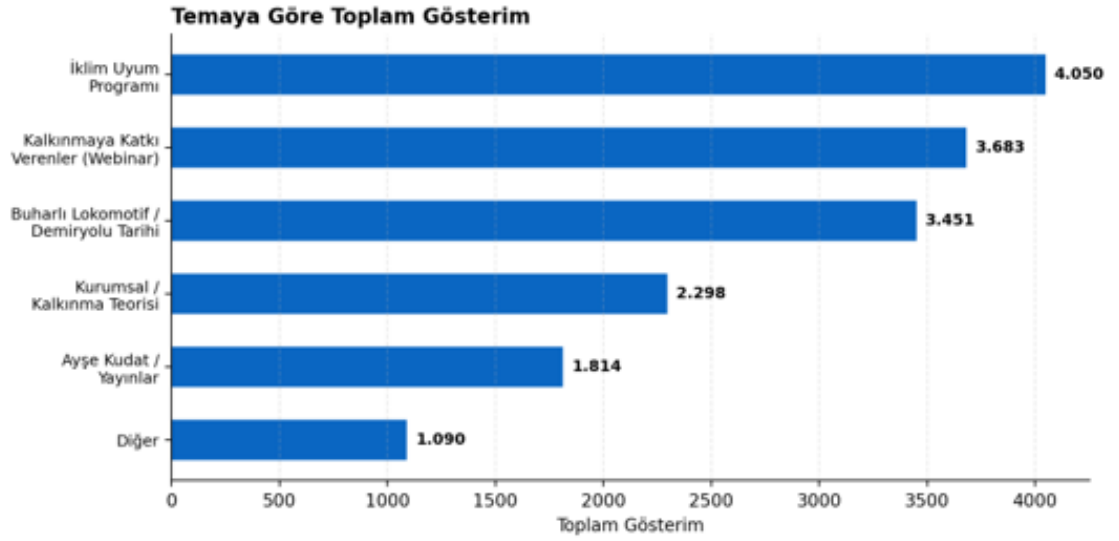


Şekil A.4 - İçerik türüne göre ortalama gösterim ve etkileşim oranı.

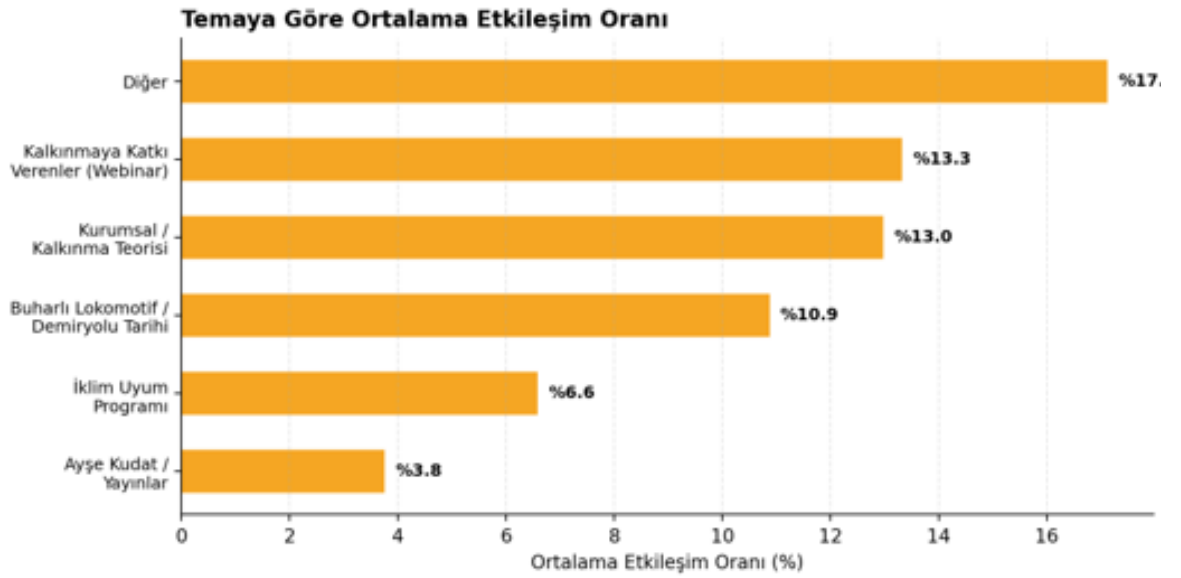
İçerik Türü	Gönderi	Ort. Gösterim	Ort. Tıklama	Ort. Etkileşim
Video	17	465	24	%7,6
Metin / Gör-sel	22	386	42	%12,6

A.5 - TEMALARA GÖRE ANALİZ

Gönderiler altı ana temaya ayrılarak incelenmiştir: İklim Uyum Programı, Kalkınmaya Katkı Verenler (webinar), Buharlı Lokomotif/Demiryolu Tarihi, Kurumsal/Kalkınma Teorisi, Ayşe Kudat/Yayınlar ve Diğer.



Şekil A.5 - Temaya göre toplam gösterim.



Şekil A.6 - Temaya göre ortalama etkileşim oranı.

KALKINMA ATÖLYESİ KAPSAMLI SOSYAL MEDYA PERFORMANS ANALİZİ

Tema	Gönderi	Top. Gösterim	Ort. Gösterim/ Gönderi	Ort. Etkileşim
İklim Uyum Programı	10	4.050	405	%6,6
KKV (Webinar)	9	3.683	409	%13,3
Buharlı Lokomotif / Demiryolu	11	3.451	314	%10,9
Kurumsal / Kalkınma Teorisi	3	2.298	766	%13,0
Ayşe Kudat / Yayınlar	3	1.814	605	%3,8
Diğer	3	1.090	363	%17,1

- Kurumsal/Kalkınma Teorisi içerikleri en yüksek gönderi başına gösterime ulaşmıştır (766).
- KKV webinar serisi hacim ve etkileşimde en dengeli, istikrarlı temadır.
- Buharlı Lokomotif teması kurumun ana faaliyet alanı dışında olsa da geniş kitle çekmiştir.

A.5 - EN YÜKSEK PERFORMANSLI GÖNDERİLER

Tarih	Gönderi (özet)	Gösterim	Beğeni	Tıklama	Etk.	Tür
29.07.2026	Kurumsal tanıtım videosu	1.599	30	82	%7,0	Video
05.08.2026	Kalkınma Atölyesi kuruluş hikâyesi	1.175	12	59	%6,2	Video
20.08.2026	Ayşe Kudat – kitap tanıtımı	1.097	21	16	%3,4	
02.07.2026	KKV Programı tanıtımı	885	40	56	%11,2	Video
05.07.2026	Ertan Karabıyık röportajı	862	28	24	%6,0	

BÖLÜM B

ERTAN KARABIYIK

KİŞİSEL LİNKEDİN PROFİLİ - DETAYLI PERFORMANS ANALİZİ

B.1 - GENEL PERFORMANS ÖZETİ

Aşağıdaki tablo, 26 Mayıs – 23 Ağustos 2026 tarihleri arasındaki 90 günlük dönemde kişisel profil metriklerinin toplamını göstermektedir.

Toplam Gösterim (Impressions)	27.939
Erişilen Tekil Üye (Members Reached)	6.299
Toplam Etkileşim (Engagements)	713
Genel Etkileşim Oranı	%2,55
Dönem İçi Yeni Takipçi	723
Toplam Takipçi (23 Ağustos 2026)	26.062
Dönem İçindeki Paylaşım Sayısı	~40
Gösterim / Erişilen Üye Oranı	4,4x

Not: Etkileşim oranı = toplam etkileşim / toplam gösterim. Kişisel profildeki düşük oran, çok daha geniş ve pasif bir izleyici kitlesine ulaşılmasından kaynaklanmaktadır.

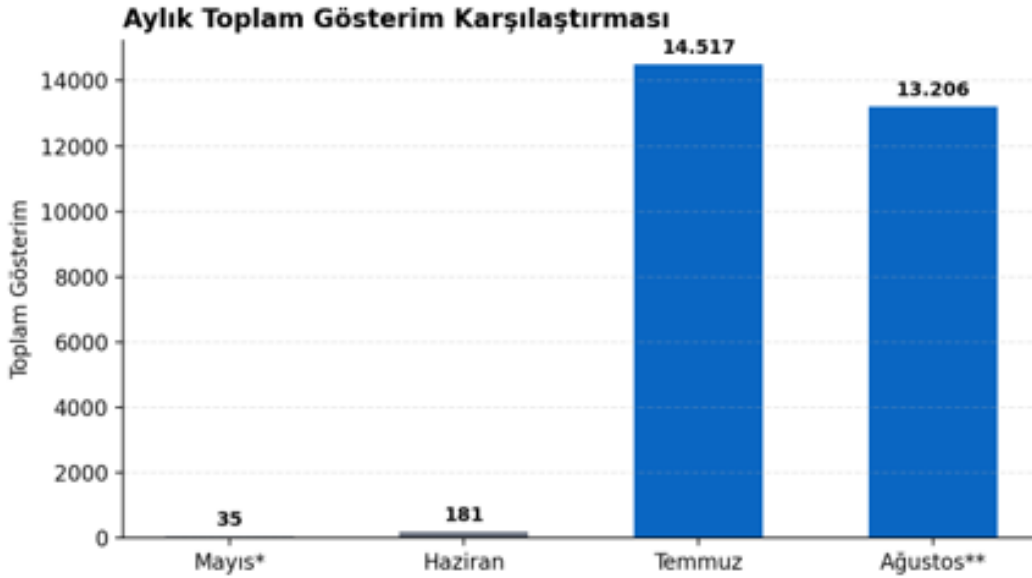
B.2 - ZAMAN İÇİNDEKİ DEĞİŞİM

Kişisel profile de kurumsal sayfayla benzer bir örüntü görülmektedir: Mayıs–Haziran’da düşük aktivite, Temmuz başından itibaren güçlü ve sürekli yükseliş.

KALKINMA ATÖLYESİ KAPSAMLI SOSYAL MEDYA PERFORMANS ANALİZİ



Şekil B.1 - Günlük gösterim ve 7 günlük hareketli ortalama.



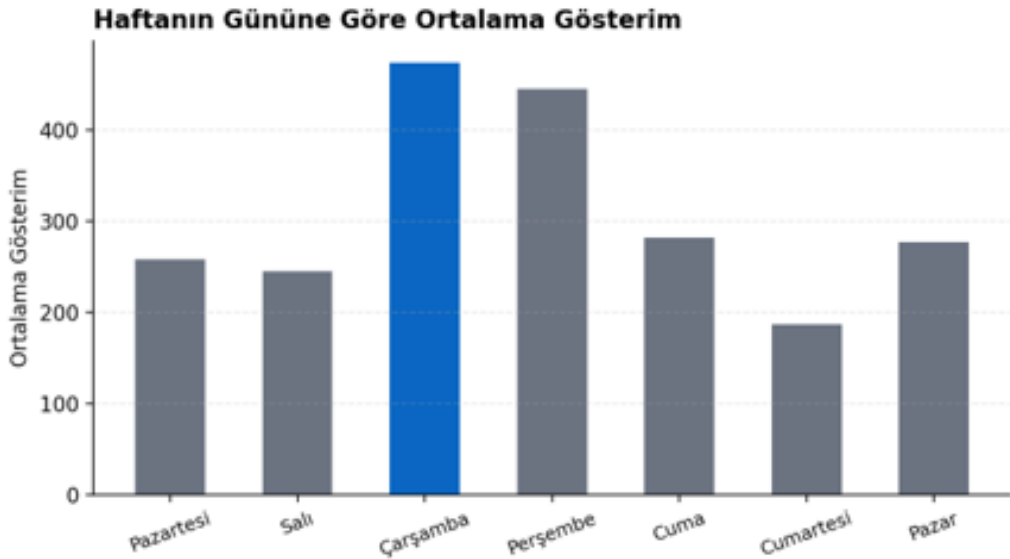
Şekil B.2 - Aylık toplam gösterim karşılaştırması.

Ay	Gösterim	Etkileşim
Mayıs*	35	0
Haziran	181	1
Temmuz	14.517	437
Ağustos**	13.206	275

*26-31 Mayıs. **23 Ağustos'a kadar.

B.3 - YAYIN ZAMANLAMASI ANALİZİ

Kurumsal sayfayla tutarlı biçimde, Çarşamba ve Perşembe günleri en yüksek erişimi sağlamaktadır.

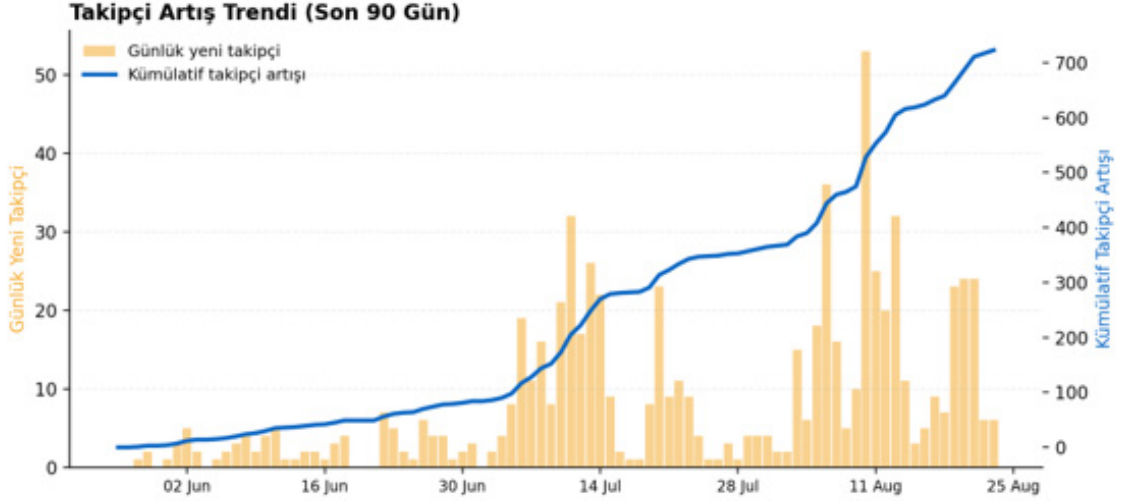


Şekil B.3 - Haftanın gününe göre ortalama gösterim.

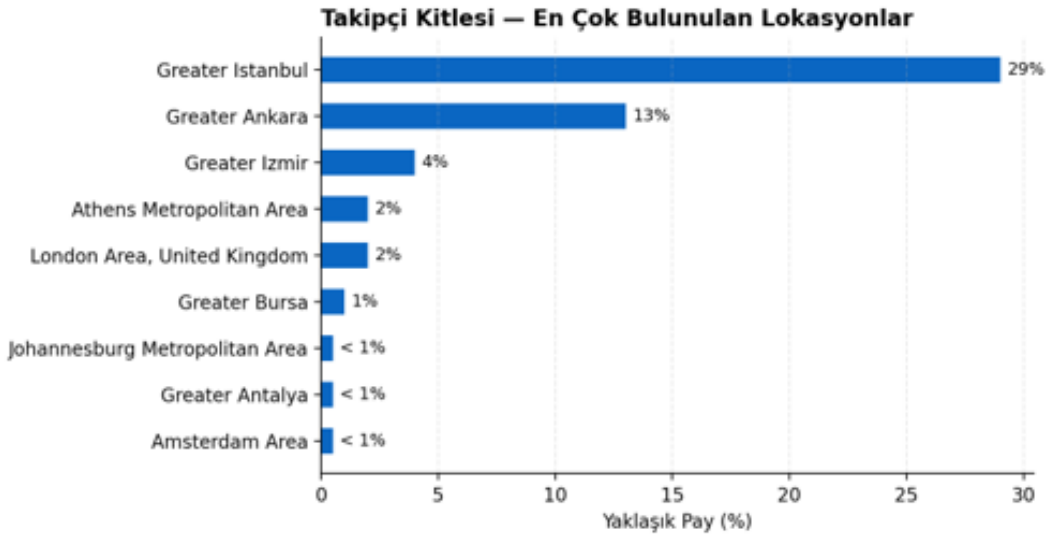
- **En yüksek:** Çarşamba (474) ve Perşembe (445).
- **En düşük:** Cumartesi (187).

B.4 - TAKİPÇİ KİTLESİ ANALİZİ

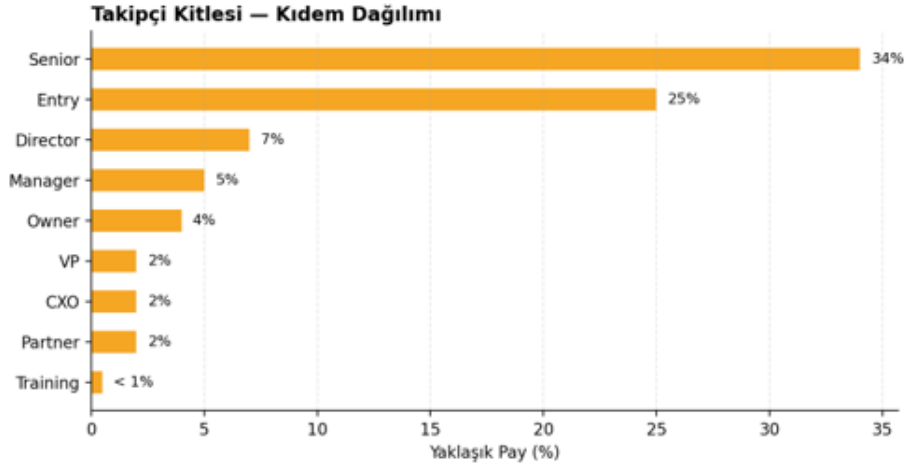
Dönem boyunca takipçi kazanımı istikrarlı biçimde ivmelenmiş, özellikle Ağustos ayında hızlanmıştır.



Şekil B.4 - Takipçi artış trendi (günlük yeni takipçi ve kümülatif artış).



Şekil B.5 - Takipçi kitlesinin en çok bulunduğu lokasyonlar.



Şekil B.6 - Takipçi kitlesinin kıdem dağılımı.

Sektörel dağılımda öne çıkanlar: Sivil Toplum/STK (%9), Yükseköğretim (%6), Eğitim Yönetimi Programları (%4), Araştırma Hizmetleri (%4).

B.5 - EN YÜKSEK PERFORMANSLI GÖNDERİLER

En çok etkileşim üreten gönderi (83), aynı zamanda gösterim başına en yüksek etkileşim oranını (%5,2) sağlayan KKV Programı tanıtımıdır.

Tarih	Gönderi (özet)	Gösterim	Etkileşim
29.07.2026	Kalkınma Atölyesi sosyal kalkınma / kuruluş videosu paylaşımı	3.265	78
05.07.2026	Kalkınma Atölyesi Kooperatifi Genel Sekreteri açıklaması	1.913	57
15.07.2026	24–30 Haziran 2026 haftalık faaliyet özeti	1.791	53
02.07.2026	Kalkınmaya Katkı Verenler (KKV) Programı tanıtımı	1.586	83
17.07.2026	Japonya çalışma ziyareti paylaşımı (İngilizce)	1.382	37

En çok etkileşim üreten gönderi (83), aynı zamanda gösterim başına en yüksek etkileşim oranını (%5,2) sağlayan KKV Programı tanıtımıdır.

BÖLÜM C

BİRLEŞİK KANAL ANALİZİ

KURUMSAL SAYFA VE KİŞİSEL PROFİL - KARŞILAŞTIRMALI DEĞERLENDİRME

C.1 - KANAL BAZINDA GENEL PERFORMANS

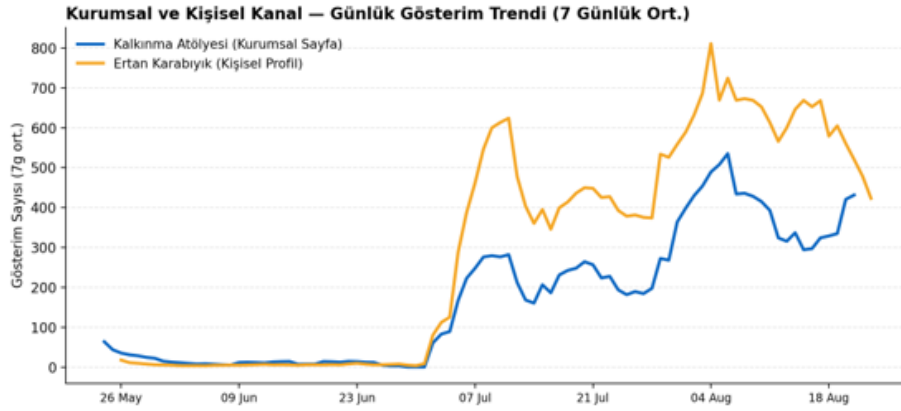
İki kanalın temel metrikleri, aynı zaman aralığında yan yana karşılaştırılmıştır.

Metrik	Kurumsal Sayfa (Kalkınma Atölyesi)	Kişisel Profil (Ertan Karabıyık)
Dönem	24 May–21 Ağu 2026	26 May–23 Ağu 2026
Toplam Gösterim	16.885	27.939
Toplam Etkileşim*	1.916	713
Genel Etkileşim Oranı	%11,3	%2,55
Paylaşım Sayısı (dönem içi)	39	~40
Toplam Takipçi	Veri yok	26.062
Dönem İçi Yeni Takipçi	Veri yok	723

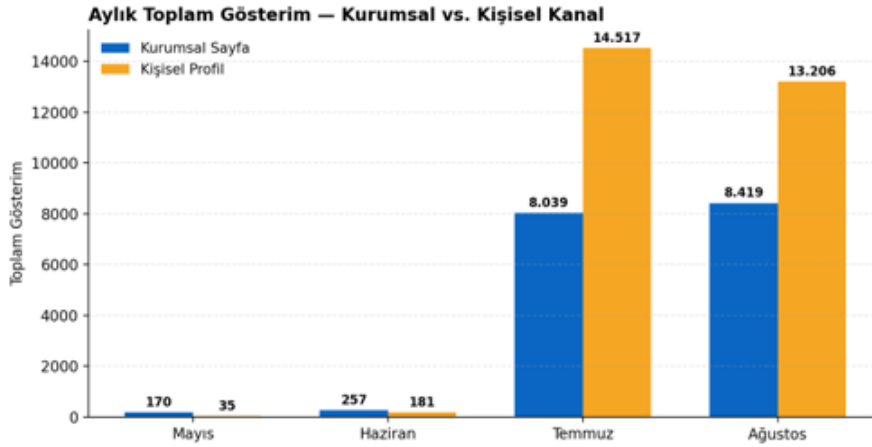
*Kurumsal sayfada etkileşim = tepki+yorum+repost+tıklama (organik). Kişisel profilde LinkedIn'in kendi "Engagements" metriği kullanılmıştır; metodolojik farklılık nedeniyle oranlar doğrudan kıyaslanmamalıdır.

C.2 - EŞ ZAMANLI BÜYÜME TRENDİ

İki kanalın 7 günlük hareketli ortalama gösterim eğrileri neredeyse tamamen paralel hareket etmektedir, bu, ortak bir içerik takviminin doğal sonucudur.

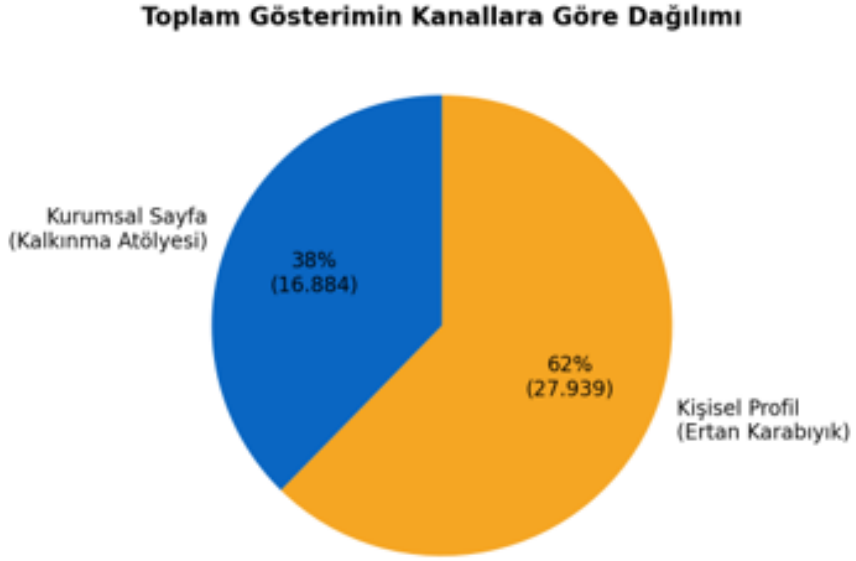


Şekil C.1 - Kurumsal (mavi) ve kişisel (turuncu) kanalların 7 günlük ortalama gösterim trendi.



Şekil C.2 - Aylık toplam gösterim, kanal karşılaştırması.

Ay	Kurumsal	Kişisel	Kişisel/Kurumsal
Mayıs	170	35	0,2x
Haziran	257	181	0,7x
Temmuz	8.039	14.517	1,8x
Ağustos	8.419	13.206	1,6x



Şekil C.3 - Toplam gösterimin iki kanal arasındaki dağılımı.

C.3 - ORTAK İÇERİKLERİN ÇAPRAZ KANAL PERFORMANSI

Kurumsal sayfada paylaşılan bazı kilit içerikler, yakın tarihlerde kişisel profilden de paylaşılmıştır.

İçerik	Tarih	Kurumsal	Kişisel
Kuruluş hikâyesi / sosyal kalkınma videosu	29 Tem 2026	1.599	3.265
KKV Programı tanıtımı	2 Tem 2026	885	1.586
Kalkınma Atölyesi kuruluş hikâyesi (video)	5 Ağu 2026	1.175	976

İki içerikte kişisel profil kurumsal sayfayı belirgin şekilde geride bırakmış (2 – 2,4 kat daha fazla gösterim); bir içerikte kurumsal sayfa hafif önde kalmıştır.

C.4 - YAYIN ZAMANLAMASI UYUMU

İki kanalda da en yüksek ortalama gösterim Çarşamba ve Perşembe günlerinde gerçekleşmektedir (kurumsal: 292/293; kişisel: 474/445).

- Kritik duyurular her iki kanaldan aynı gün, tercihen Çarşamba/Perşembe paylaşılmalı.
- Kurumsal içerik yayımlandıktan kısa süre sonra kişisel profilden kişisel bir yorumla yeniden paylaşılması erişimi artıran kanıtlanmış bir taktiktir.

C.4 - LINKEDİN KANALLARI İÇİN ARA DEĞERLENDİRME

Kalkınma Atölyesi'nin kurumsal sayfası ile Ertan Karabıyık'ın kişisel profili, Temmuz ayından itibaren birbirini besleyen, eş zamanlı büyüyen iki tamamlayıcı kanal haline gelmiştir. Toplam 44.824 gösterimlik birleşik bir etki alanı yaratılmıştır. LinkedIn'e özgü ayrıntılı öneriler, raporun Bölüm F.3'ünde diğer platformlarla birlikte bütünsel olarak sunulmaktadır.

- İki kanal için ortak bir içerik takvimi resmileştirilmeli; kurumsal sayfada yayınlanan her önemli içerik aynı gün kişisel bir bakış açısıyla da paylaşılmalı.
- Kurumsal sayfanın niş ve bağlı kitlesine derinlemesine/kurumsal içerik; kişisel profilin geniş kitlesine anlatı/hikâye odaklı içerik önceliklendirilmeli.
- Kurumsal sayfa için takipçi ve erişilen tekil üye verisi toplanmaya başlanmalı; bu, iki kanal arasında daha eksiksiz bir karşılaştırma imkânı sağlayacaktır.

BÖLÜM D INSTAGRAM

KALKINMA ATÖLYESİ INSTAGRAM HESABI - 60 GÜNLÜK PERFORMANS ANALİZİ (TEMMUZ - AĞUSTOS 2026)

D.1 - GENEL PERFORMANS ÖZETİ

Kalkınma Atölyesi'nin Instagram hesabının Temmuz-Ağustos 2026 aylarını kapsayan 60 günlük performansı incelendiğinde, içeriklerin toplam 31.922 görüntülenmeye ulaştığı görülmektedir. Aynı dönemde hesap 64 yeni takipçi kazanmış, paylaşılan içeriklerde ise toplam 1.023 etkileşim gerçekleşmiştir.

Toplam Görüntülenme (60 gün)	31.922
Toplam Etkileşim	1.023
Dönem İçi Yeni Takipçi	64
Dönem	Temmuz-Ağustos 2026 (60 gün)

D.2 - İÇERİK TÜRÜNE GÖRE PERFORMANS

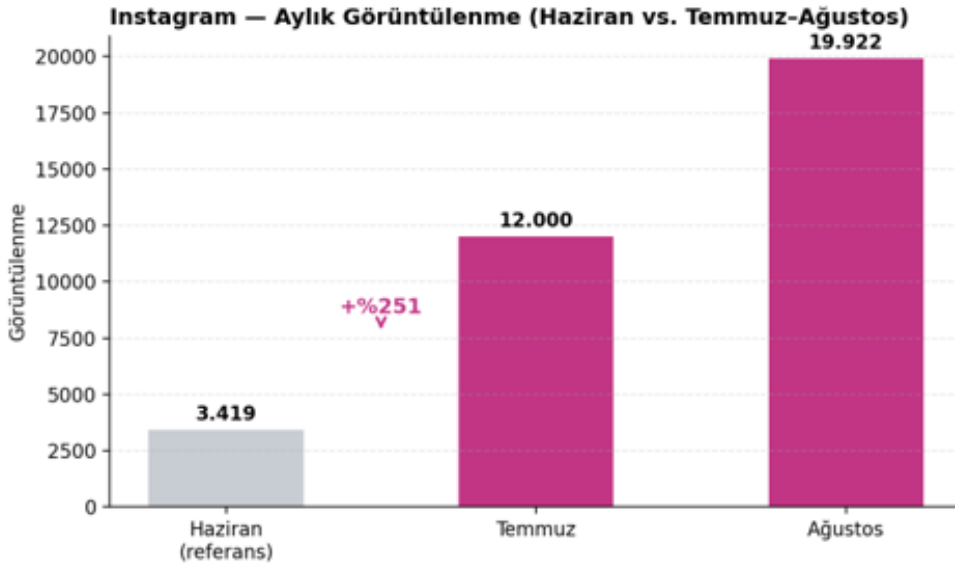
İçerik türlerinin performansı değerlendirildiğinde, Reels videolarının erişim ve etkileşim açısından öne çıktığı görülmektedir. Özellikle Ertan Karabıyık'ın demiryollarının tarihini anlattığı Reels içerikleri, dönem içerisinde en fazla görüntülenen video içerikleri arasında yer almıştır. Bu içerikleri, Kalkınma Atölyesi'nin 25. Yılı kapsamında hazırlanan tanıtım video serisi ile KKV Çevrimiçi Webinar Serisi kapsamında Ayşe Kudat'a yönelik hazırlanan içerikler takip etmiştir.

Sıra	İçerik Kategorisi	Öne Çıkan Örnek
1	Reels — Demiryolu Tarihi Serisi	Ertan Karabıyık anlatımıyla demiryolları tarihi içerikleri
2	25. Yıl Video Serisi	Kurumsal hikâye / tanıtım videoları
3	KKV Webinar İçerikleri	Ayşe Kudat'a yönelik hazırlanan içerikler

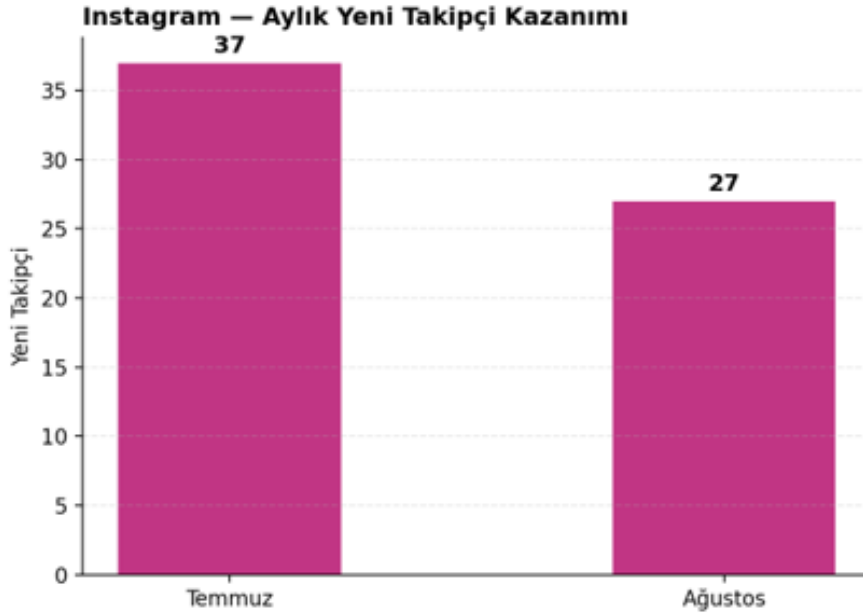
Farklı içerik kategorilerinin performansı, kurumsal hafızayı aktaran video içerikleri ile uzmanlık ve bilgi paylaşımına dayalı içeriklerin kullanıcı ilgisini artırdığını göstermektedir.

D.3 - AYLIK DEĞİŞİM VE BÜYÜME

Temmuz 2026 ayı özelinde değerlendirildiğinde, Instagram hesabının görüntülenme performansında bir önceki aya kıyasla önemli bir yükseliş gerçekleşmiştir. Haziran 2026 ayına göre görüntülenmeler %251 oranında artarak yaklaşık 12 bin görüntülenmeye ulaşmış, aynı dönemde hesap 37 yeni takipçi kazanmıştır.



Şekil D.1 - Aylık görüntülenme (Haziran referans, Temmuz-Ağustos dönem içi).



Şekil D.2 - Aylık yeni takipçi kazanımı.

Haziran ve Temmuz 2026 ayları karşılaştırıldığında özellikle Temmuz ayında görünürlüğün belirgin biçimde yükseldiği, içeriklerin daha geniş kullanıcı grupları tarafından fark edilmesiyle birlikte hesap hareketliliğinin de arttığı gözlemlenmiştir.

D.4 - ÖNE ÇIKAN İÇERİK: 25. YIL VIDEO SERİSİ

Dönem içerisinde öne çıkan içeriklerden biri de Kalkınma Atölyesi'nin 25 yıllık kurumsal hikâyesini aktarmak amacıyla hazırlanan 25. Yıl Video Serisi olmuştur. Serinin ilk tanıtım videosu 1.500'ün üzerinde görüntülenmeye ulaşmış ve tek başına 7 yeni takipçi kazanılmasına katkı sağlamıştır.

25. Yıl Video Serisi — İlk Video Görüntülenme

1.500+

Bu Videodan Kazanılan Yeni Takipçi

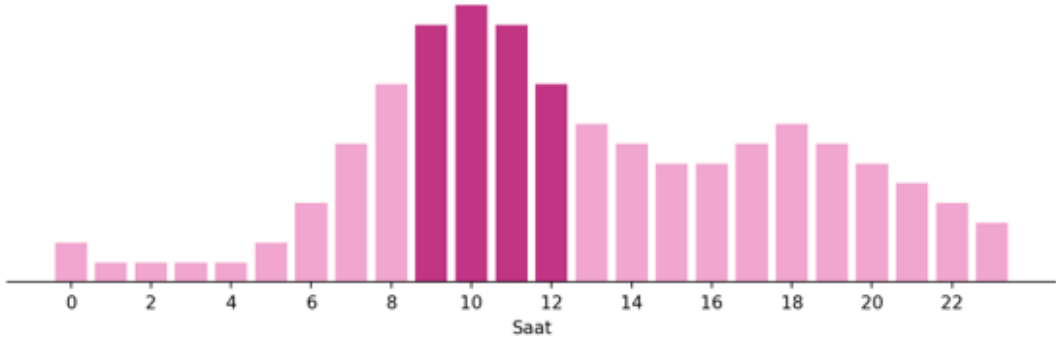
7

Elde edilen sonuç, kurumun geçmişini, çalışma yaklaşımını ve deneyimlerini hikâyeleştiren kısa video içeriklerinin hedef kitleyle güçlü bir etkileşim kurabildiğini göstermektedir.

D.5 - KULLANICI AKTİVİTE SAATLERİ

Instagram kullanıcılarının aktif olduğu zaman aralıkları incelendiğinde, takipçilerin özellikle 09:00–12:00 saatleri arasında daha yoğun şekilde çevrimiçi olduğu görülmüştür.

Instagram — Kullanıcı Aktivite Yoğunluğu (Temsili Gösterim, En Yoğun Aralık: 09:00–12:00)



Şekil D.3 - Kullanıcı aktivite yoğunluğu (temsili gösterim); en yoğun aralık 09:00–12:00 olarak vurgulanmıştır.

Bu veri doğrultusunda gelecek dönemde gerçekleştirilecek sosyal medya paylaşımlarının zamanlamasında söz konusu saat aralığının önceliklendirilmesi ve içeriklerin kullanıcıların en aktif olduğu dönemlerde yayımlanması planlanmaktadır.

BÖLÜM E ACADEMIA

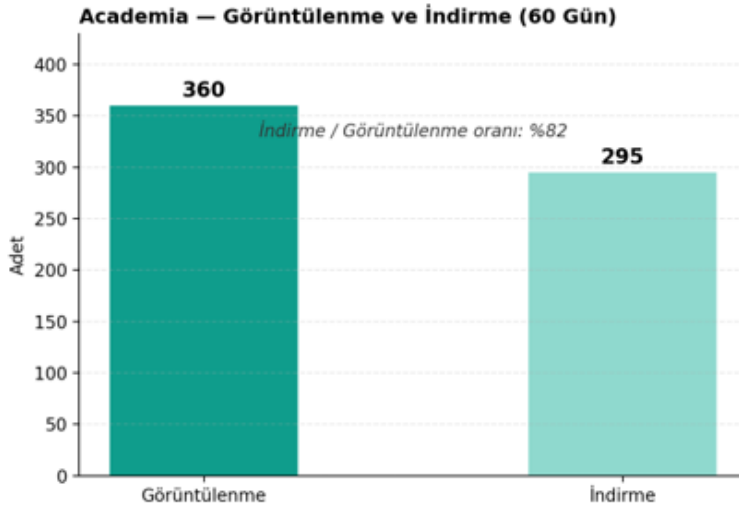
KALKINMA ATÖLYESİ ACADEMIA HESABI - 60 GÜNLÜK PERFORMANS ANALİZİ (TEMMUZ - AĞUSTOS 2026)

E.1 - GENEL BAKIŞ VE AMAÇ

Kalkınma Atölyesi'nin dijital yayınlarının akademik ve profesyonel hedef kitlelere ulaştırılmasına yönelik olarak Academia hesabındaki yayın yükleme ve düzenleme çalışmaları sürdürülmüştür. Kalkınma Atölyesi web sitesinde Türkçe ve İngilizce olarak yayımlanan çalışmalar, konu ve içerikleri doğrultusunda ilgili anahtar kelimeler ve etiketlerle birlikte Academia platformuna yüklenmeye başlanmıştır. Böylece kurum tarafından üretilen bilgi ve yayınların yalnızca kurumsal web sitesi ve sosyal medya kanalları üzerinden değil, akademik içeriklerin yoğun olarak takip edildiği farklı dijital platformlar aracılığıyla da erişilebilir hâle getirilmesi amaçlanmıştır.

E.2 - GENEL PERFORMANS ÖZETİ

Son 60 günlük dönemde Kalkınma Atölyesi yayınları 360 görüntülenmeye ulaşırken, toplam indirme sayısı 295 olarak gerçekleşmiştir.



Şekil E.1 - Görüntülenme ve indirme toplamaları (60 gün).

Görüntülenme sayısına kıyasla yüksek seyreden indirme sayısı, Academia kullanıcılarının yayınlara yalnızca göz atmakla kalmayıp içeriklere daha ayrıntılı biçimde erişme eğiliminde olduklarını göstermektedir.

E.3 - ZAMAN İÇİNDEKİ EĞİLİM

Academia hesabının son 60 günlük performansı incelendiğinde, dönem genelinde yükselen bir kullanıcı hareketliliği gözlemlenmiştir. Temmuz 2026 ayının başlarında daha düşük seviyede seyreden görüntülenme ve erişim hareketliliğinin Ağustos 2026 ayı ilerledikçe yükseldiği ve dönem içerisindeki en yüksek seviyelere ulaştığı görülmüştür.



Şekil E.2 - 60 günlük hareketlilik eğilimi (temsili gösterim; günlük sayısal veri sağlanmadığından eğilim yönü niteliksel olarak gösterilmiştir).

E.4 - ÖNE ÇIKAN YAYINLAR

Son 60 günlük Academia verilerinde en fazla ilgi gören çalışmalar arasında Kalkınmaya Katkı Verenler kapsamında hazırlanan yayınlar, Adnan Dalkıran ve Ayşe Kudat ile ilişkili KKV içerikleri ile “Mevsimlik Tarım Göçü Ağ Haritası” öne çıkmıştır.

Yayın / İçerik Grubu	Alan
Kalkınmaya Katkı Verenler (KKV) Yayınları	Sosyal kalkınma, kurumsal bilgi aktarımı
Adnan Dalkıran ile İlişkili KKV İçerikleri	Kurumsal bilgi aktarımı
Ayşe Kudat ile İlişkili KKV İçerikleri	Sosyal kalkınma, toplumsal cinsiyet
Mevsimlik Tarım Göçü Ağ Haritası	Mevsimlik tarım göçü araştırmaları

Bu dağılım, Kalkınma Atölyesi'nin sosyal kalkınma, kurumsal bilgi aktarımı ve mevsimlik tarım göçü gibi farklı çalışma alanlarında ürettiği yayınların platform kullanıcıları tarafından ilgi gördüğünü ortaya koymaktadır.

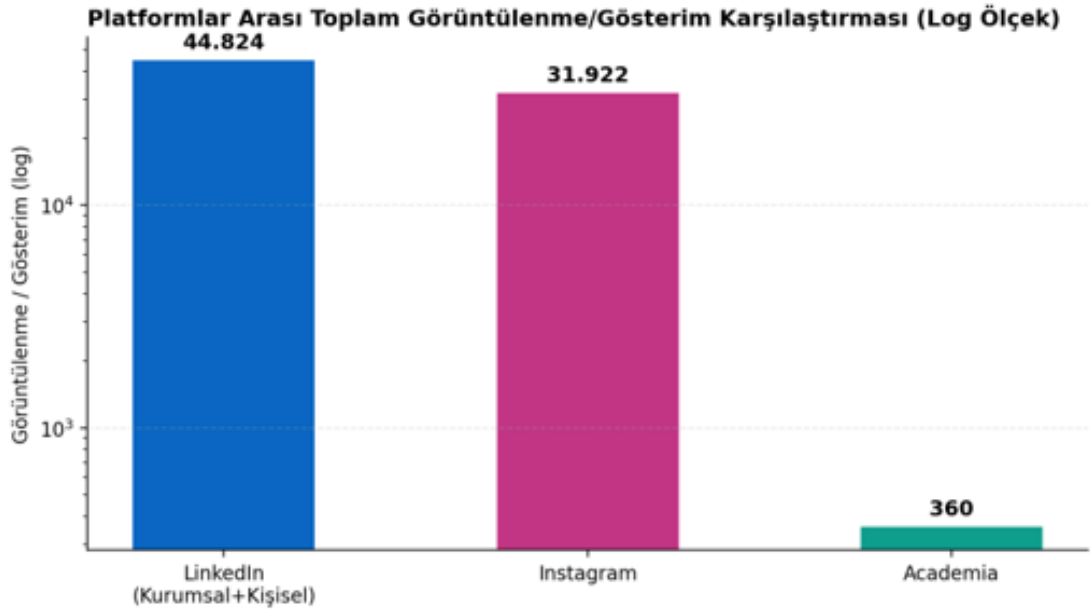
BÖLÜM F

TÜM PLATFORMLAR

GENEL DEĞERLENDİRME VE STRATEJİK ÖNERİLER

F.1 - PLATFORMLAR ARASI KARŞILAŞTIRMA

LinkedIn, Instagram ve Academia platformlarına ilişkin toplam görüntülenme/gösterim verileri karşılaştırıldığında, LinkedIn'in (kurumsal + kişisel) en geniş erişimi sağladığı, Instagram'ın buna yakın ve hızla büyüyen bir ikinci kanal olduğu, Academia'nın ise daha küçük ama niş ve yüksek dönüşümlü (yüksek indirme oranlı) bir akademik kitleye hizmet ettiği görülmektedir.



Şekil F.1 - Platformlar arası toplam görüntülenme/gösterim karşılaştırması (log ölçek).

Platform	Dönem	Toplam Görüntülenme/ Gösterim	Öne Çıkan Metrik
LinkedIn (Kurumsal + Kişisel)	~90 gün	44.824	723 yeni takipçi (kişisel)
Instagram	60 gün	31.922	%251 aylık büyüme (Haz → Tem)
Academia	60 gün	360	%82 indirme/ görüntülenme oranı

Üç platformun toplamı 77.106 görüntülenme/gösterime ulaşmaktadır. Bu tablo, kanalların birbirini dışlamak yerine farklı hedef kitle ve içerik formatlarıyla birbirini tamamladığını göstermektedir.

F.2 - ÖNE ÇIKAN İÇERİK GRUPLARI

LinkedIn, Instagram ve Academia platformlarına ilişkin veriler birlikte değerlendirildiğinde, Kalkınma Atölyesi'nin son dönemde yürüttüğü düzenli içerik üretimi ve yaygınlaştırma çalışmalarının dijital görünürlük, kullanıcı etkileşimi ve takipçi kazanımı açısından olumlu bir ivme oluşturduğu görülmektedir.

- KKV Çevrimiçi Webinar Serisi : hem LinkedIn hem Instagram hem Academia'da güçlü performans göstermiştir.
- 25. Yıl Video Serisi : kurumsal hafızayı aktaran kısa video formatı, özellikle Instagram'da yüksek görüntülenme ve takipçi kazanımı sağlamıştır.
- Uzmanlık alanlarına yönelik Reels videoları (ör. demiryolu tarihi) : Instagram'da en yüksek erişimi üreten içerik grubudur.
- Kurumsal yayınların yeniden yaygınlaştırılması : Academia üzerinden akademik/profesyonel kitleye ulaştırılan Türkçe/İngilizce yayınlar.

F.3 - GENEL SONUÇ VE STRATEJİK ÖNERİLER

Önümüzdeki dönemde sosyal medya çalışmalarının; kullanıcıların aktif olduğu zaman aralıkları, içerik formatlarının performansı ve platform bazındaki hedef kitle davranışları dikkate alınarak sürdürülmesi planlanmaktadır. Instagram'da kısa video ve Reels içeriklerinin, LinkedIn'de kurumsal yayınlar ve bilgi paylaşımına dayalı içeriklerin, Academia'da ise Türkçe ve İngilizce kurumsal yayınların düzenli olarak yayımlanmasının dijital iletişim stratejisinin temel bileşenleri arasında tutulması hedeflenmektedir.

- İki LinkedIn kanalı için ortak bir içerik takvimi resmileştirilmeli; kurumsal sayfada yayınlanan her önemli içerik aynı gün kişisel bir bakış açısıyla da paylaşılmalı.
- Instagram'da paylaşımlar, kullanıcıların en aktif olduğu 09:00-12:00 saat aralığına öncelik verilerek zamanlanmalı.
- Reels ve kısa video formatları (25. Yıl Video Serisi, demiryolu tarihi anlatıları gibi hikâyeleştirilmiş içerikler) Instagram'da öncelikli içerik türü olarak sürdürülmeli.
- Academia'ya yayın yükleme çalışmaları sistematikleştirilmeli; özellikle KKV ve mevsimlik tarım göçü gibi yüksek ilgi gören alanlarda yeni yayınlar önceliklendirilmeli.
- Video içerikler erişim, metin/görsel içerikler etkileşim için güçlüdür — LinkedIn içerik takviminde iki format da dengeli kullanılmalı.
- Hafta ortası (Çarşamba-Perşembe) yayın yoğunluğu LinkedIn kanallarında artırılmalı; Instagram'da ise gün içi saat optimizasyonu önceliklendirilmeli.
- Kurumsal LinkedIn sayfası için takipçi ve erişilen tekil üye verisi toplanmaya başlanmalı; bu, tüm kanallar arasında daha eksiksiz bir karşılaştırma imkânı sağlayacaktır.
- Böylece Kalkınma Atölyesi'nin ürettiği bilgi ve deneyimin hem ulusal hem de uluslararası hedef kitlelere daha düzenli, erişilebilir ve etkili biçimde ulaştırılması amaçlanmaktadır.

İletişim Bilgileri

Ertan Karabıyık
Kalkınma Atölyesi Genel Sekreteri
info@ka.org.tr / ertan@ka.org.tr
+90 553 211 38 97
www.ka.org.tr



Çankaya Mah. Üsküp Cad. No: 16/14 Çankaya - Ankara - Türkiye
+90 (553) 211 38 97



  kalkinmaatolyesi
  kalkinmatolyesi
 info@ka.org.tr