



# AFYONKARAHİSAR TİCARET BORSASI



## SOSYAL MEDYA KULLANIM KLAVUZU

# İÇİNDEKİLER

01 Afyonkarahisar Ticaret Borsası

**Misyon - Vizyon**

02 Sosyal Medya Nedir ?

**Web 2.0'ın Hizmeti**

03 Sosyal Medya Platformları

**Borsanın Kullandıkları**

04 Sosyal Medya Güvenliği

**Bilişim Suçları**

05 Sosyal Medya Kriz Yönetimi

**Hedef Kitle**

06 Borsa Hesapları

**Sosyal Medya  
Hesapları & Kullanım Şekli**



# Misyon

5174 Sayılı Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar Kanunu çerçevesinde üyelerimize dünya standartlarında kaliteli hizmet vermek, tarım ve hayvancılık sektöründe gelişmeleri takip ederek üyelerimizin ve şehrimizin sosyo ekonomik ve akademik gelişimine katkı sağlayan bir kurum olmak.

# Vizyon

Kurumsal Sürdürülebilirlik anlayışı ile ilimizi tarım ve hayvancılık merkezi haline getirmek, hizmet kalitemiz ile diğer kurum ve kuruluşlarına önderlik ederek fark yaratan bir Ticaret Borsası olmak.

# Sosyal Medya Nedir ?

Sosyal medya, Web 2.0'ın kullanıcı hizmetine sunulmasıyla birlikte, tek yönlü bilgi paylaşımından, çift taraflı ve eş zamanlı bilgi paylaşımına ulaşılmasını sağlayan medya sistemidir. Ayrıca sosyal medya; kişilerin İnternet üzerinde birbirleriyle yaptığı diyaloglar ve paylaşımların bütünüdür. Sosyal ağlar, insanların birbiriyle içerik ve bilgi paylaşmasını sağlayan İnternet siteleri ve uygulamalar sayesinde, herkes aradığı, ilgilendiği içeriklere ulaşabilmektedir. Küçük gruplar arasında gerçekleşen diyaloglar ve paylaşımlar giderek, kullanıcı bazlı içerik üretimini giderek arttırmakta, amatör içerikleri dijital dünyada birer değere dönüştürmektedir.

Zaman ve mekân sınırlaması olmadan paylaşımın, tartışmanın esas olduğu bir insani iletişim şeklidir. Sosyal medya platformlarında insanlarla buluşur ve iletişimde bulunursunuz. İnsanlara yardım eder, yardım alır, sorularına cevap verir ve kendi sorularınızı sorarsınız. Bu bakımdan sosyal medya resmî olmayan eğitim yollarından da bir tanesidir.

Sosyal medya, geleneksel medyada olduğu gibi tek bir noktadan çok sayıda kişiye yayın yapmaktan çıkarak, iletişim yönü açısından çoktan çoğa paradigmasına dayalı “kullanıcı kaynaklı medya” özelliğine sahiptir. Kullanıcı Kaynaklı Medya, geleneksel medyadan farklı olarak, içeriğin bizzat kullanıcılarının kendileri tarafından üretilmesine ve paylaşılmasına olanak yaratmaktadır. Sosyal medya aynı zamanda “Kullanıcıların Ürettiği İçerik” ve “Müşterilerin Ürettiği Medya” kavramlarını da ortaya çıkarmış, bu yapısıyla da ticari plandaki anlamını kazanmıştır.



# Sosyal Medya Platformları

**Instagram:** 2010 yılında piyasaya sürülen bir sosyal medya platformu olan Instagram daha çok görselliğe dayalı bir platform. Fotoğraf ve video paylaşımı yapabileceğiniz bu sosyal medya platformunu hem sevdiğiniz kişiler ile iletişime ve etkileşime geçmek hem de markalarla etkileşime geçmek ve belirli konularda fikir almak için kullanılıyor.

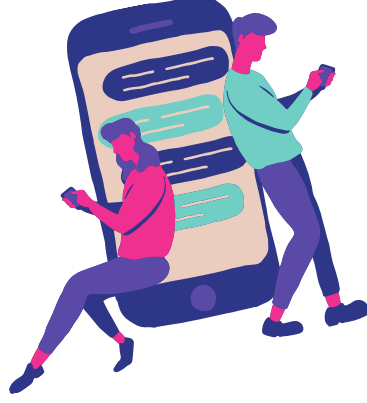
**Twitter X:** En Popüler Sosyal Medya Platformları arasında yer alan bir diğer sosyal medya platformu da Twitter'dır. 2006 yılında Jack Dorsey, Bizz Stone, Noah Glass ve Evan Williams tarafından kurulan bir sosyal medya platformu olan Twitter, 280 karakter kullanılarak yapılan paylaşımları barındıran bir platform. 2023 Yılında X ismi ile anılmaya başlandı.

**Facebook:** Facebook en çok kullanılan sosyal medya platformlarından birisi olduğu için işletmeler için de önemli bir noktada bulunuyor. Genellikle markalar bu platform üzerinden hedef kitlelerine daha kolay ulaşabiliyor, bununla beraber marka bilinirliklerini arttırarak facebook üzerinden de satış yapabiliyor. Kısacası facebook hem kişisel hem de ticari olarak kullanılabilen bir sosyal medya platformu olarak karşımıza çıkıyor.

**LinkedIn:** LinkedIn, profesyonellerin iş dünyasında bağlantı kurmalarını ve etkileşimde bulunmalarını sağlayan bir sosyal medya platformudur. İlk olarak 2003 yılında Reid Hoffman tarafından kurulan LinkedIn, kullanıcıların profesyonel profil oluşturması ve iş deneyimlerini sergilemesi için bir platform sağlar. Aynı zamanda iş arayanlar için bir kariyer platformu olarak da hizmet verir. LinkedIn, dünya çapında milyonlarca kullanıcıya sahip olup, iş dünyasında insanların birbirlerini bulmalarını ve iletişim kurmalarını kolaylaştırır.

# 2021 Yılında Sosyal Medya Kullanım Süreleri “ Türkiye”

WhatsApp'ta 15 saat  
Instagram'da 19,7 saat  
Facebook'ta 13,1 saat  
TikTok'ta 14 saat  
Twitter'da 7,8 saat



## 2021 Yılında YouTube'da en fazla aranan kelimeler “ Türkiye”

- 1.Şarkılar
- 2.Film
- 3.Enes Batur
- 4.Çukur
- 5.Hercai
- 6.PUBG
- 7.Reynmen
- 8.Şarkı
- 9.Kadın
- 10.Müzik



# Sosyal Medya Güvenliği

Sosyal medyada kişisel verileri korumak oldukça zordur. Siber saldırganlar, sanal korsanlar kullanıcıların güvenliğini tehdit etmekte, bu durum telafisi imkansız zararlara sebebiyet verebilmektedir. Türkiye’de sosyal medya kullanıcılarının büyük çoğunluğunun veri güvenliği noktasında gereken bilgi birikimine sahip olmadığı görölmektedir. Sosyal medyada biyografik bilgilerin tümünün paylaşılması, özel bilgilerin eksiksiz bir şekilde doldurulması, gizlilik ayarlarının gerektiği gibi yapılandırılmaması veri güvenliği açısından tehdit oluşturabilmektedir.

Sosyal medyada izin verilen üçüncül parti uygulamalar veri güvenliğini tehdit etmekte, bu durum kullanıcıların mağduriyet yaşamasına sebebiyet vermektedir. Sosyal medyada veri güvenliğinin sağlanabilmesi için siber güvenlik alanında bilgi birikimine sahip olmak gerekmektedir. Sosyal medya ortamında tamamen güvenli olma durumu söz konusu değildir.

**SOSYAL MEDYA KULLANMA KILAVUZU** Sosyal medya kullanıcılarının gizlilik ayarları konusunda kendisini geliştirmesi ve veri güvenliği konusunda gereken sorumluluğu üstlenmesi mühimdir. Kamuya açık kablosuz ağlarda kullanıcıları bekleyen birtakım tehlikeler bulunmaktadır. Bunların başında Ortadaki Adam Saldırısı (Man in The Middle) gelmektedir. İki taraf arasındaki iletişimi bozan bu saldırı türü veri gizliliğini tehdit etmektedir. Bu tarz saldırılardan korunmak için güvenilir ve güncel antivirüs yazılımları kullanmak son derece önemlidir. Türk Ceza Kanunu’nun 243. 244. ve 245. Maddeleri doğrudan bilişim suçlarıyla ilgilidir. Sosyal. medya hesaplarına izinsiz erişim ve hesap/ veri hırsızlığı suçtur.

Sosyal Medya Kullanım Kılavuzu



# Sosyal Medya Güvenliği

Sosyal medyada kişisel verileri korumak oldukça zordur. Siber saldırganlar, sanal korsanlar kullanıcıların güvenliğini tehdit etmekte, bu durum telafisi imkansız zararlara sebebiyet verebilmektedir. Türkiye’de sosyal medya kullanıcılarının büyük çoğunluğunun veri güvenliği noktasında gereken bilgi birikimine sahip olmadığı grlmektedir. Sosyal medyada biyografik bilgilerin tümünün paylaşılmaması, özel bilgilerin eksiksiz bir Şekilde doldurulması, gizlilik ayarlarının gerektiği gibi yapılandırılmaması veri güvenliği açısından tehdit oluşturabilmektedir.

Sosyal medyada izin verilen üçüncül parti uygulamalar veri güvenliğini tehdit etmekte, bu durum kullanıcıların mağduriyet yaşamasına sebebiyet vermektedir. Sosyal medyada veri güvenliğinin sağlanabilmesi için siber güvenlik alanında bilgi birikimine sahip olmak gerekmektedir. Sosyal medya ortamında tamamen güvenli olma durumu söz konusu değildir.

**SOSYAL MEDYA KULLANMA KILAVUZU** Sosyal medya kullanıcılarının gizlilik ayarları konusunda kendisini geliştirmesi ve veri güvenliği konusunda gereken sorumluluğu üstlenmesi mühimdir. Kamuya açık kablosuz ağlarda kullanıcıları bekleyen birtakım tehlikeler bulunmaktadır. Bunların başında Ortadaki Adam Saldırısı (Man in The Middle) gelmektedir. İki taraf arasındaki iletişimi bozan bu saldırı türü veri gizliliğini tehdit etmektedir. Bu tarz saldırılardan korunmak için güvenilir ve güncel antivirüs yazılımları kullanmak son derece önemlidir. Türk Ceza Kanunu’nun 243. 244. ve 245. Maddeleri doğrudan bilişim suçlarıyla ilgilidir. Sosyal. medya hesaplarına izinsiz erişim ve hesap/ veri hırsızlığı suçtur.

Sosyal Medya Kullanım Kılavuzu





# Sosyal Medya Yönetiminde İp Uçları

## Fazla Uzatmayın:

Kısa ve basit anlatımlı sosyal medya postlarının, uzun postlara göre daha etkili olduğu sürekli kanıtlanıyor. Kanıtlanmasının dışında, kendi kişisel sosyal medya yaşamınızı düşünün. Yüzlerce içeriğin arasında çoğu zaman kayboluyoruz. Genel sosyal medya davranışımız, gözlerimizle taramak üzerine. Yani sosyal medyayı, kitap okuduğumuz gibi okumuyoruz, takip ediyoruz. Uzun içeriklerin büyük bölümü çok özel olarak ilgimizi çeken katma değerli bir içerik değilse, çoğunlukla dikkatimizi çekmiyor. Bu yüzden sosyal medyada mümkünse mesajınız basit ve net olmalı.

## Dinleyin

Dinlemenin en büyük avantajlarından biri müşteri deneyimi hakkında fikir sahibi olmanızdır. Siz işinizde bir süreç planlayabilirsiniz ancak bazen sizin planladığınız süreçte öngöremediğiniz hatalar ya da insandan kaynaklı pratik yanlışlar olabilir. Hiçbir marka hatalı ya da eksik müşteri deneyimi oluşturmaz. Kendinizi geliştirebilmeniz için sosyal medyada müşterilerinizi dinlemek büyük bir fırsat.

## Kendiniz Olun

Markanız, insanlar tarafından yaşatılan ve insana her an dokunabilen canlı bir varlık. Markanızın canlılığını ve gerçekçiliğini sosyal medyaya da yansıtın. Unutmayın insanlar, sosyal medyada birbirlerine sanal da olsa dokunabilmek için varlar. İnsanların sosyal medyada markanıza dokunabilmesine izin verin.

## Sistemli ve Tutarlı Mesajlar Oluşturun

Geleneksel reklam ve pazarlama yönetiminde mesajınızı ya da kampanyanızı mecra üzerinden belirli dönemde verir ve çekilirdiniz. Oysa sosyal medya yönetimi hep canlı bir süreç. Adım adım gitmeniz ve sistemli ilerlemeniz daha verimli sonuç almanızı sağlayacaktır.



# Öneriler / Uyarılar

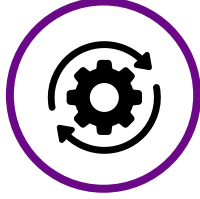


## Gizlilik ayarlarını etkin bir şekilde kullanın

Kullandığınız sosyal medyanın gizlilik ayarlarını araştırın ve aktif bir şekilde kullanın.

## Şifreniz güçlü ve yaratıcı olsun

12345, doğum yılı, çocuklarınızın doğum tarihi, adınız vs. gibi kolay şifreleri asla tercih etmeyin. Güçlü bir parola, sözcükler, rakamlar ve özel karakterler içermelidir.



## Cihazlarınızı Güncelleyin

Cihaz gizlilik ve güvenlik ayarlarınızı güncelleyin. Bir antivirüs uygulaması kullanın.

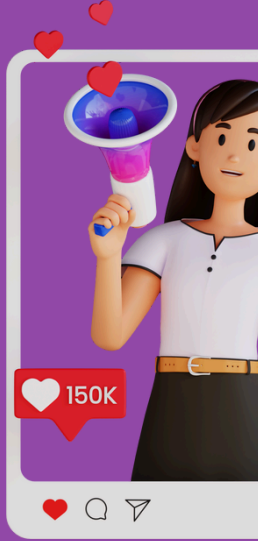
## Özel Ağlarınızı Kullanın

Genel ağlarda veya size ait olmayan bilgisayarlarda özel bilgilerinizi bulundurmayın, paylaşmayın.



## Çıkış Yapın

İşiniz bittiğinde hesabınızdan çıkış yapmayı unutmayın



# Borsamızın Hesapları

## İnstagram: “@afyonkarahisartb”

İnstagram hesabımızdan tüm özel günler, duyurular, ziyaretler ve törenler paylaşılmaktadır.

## Twitter X: “@Afyon\_TB”

Twitter hesabımızdan tüm özel günler, duyurular, ziyaretler, törenler ve TOBB tarafından paylaşılan duyurulara yer verilir.

## Facebook: “ @Afyonkarahisar Ticaret Borsası”

Facebook hesabımızdan tüm özel günler, duyurular, ziyaretler ve törenler paylaşılmaktadır. İnstagram hesabımız ile Facebook Meta Üzerinden aynı anda idare edilmekte paylaşımlar tek seferde yapılmaktadır.

## LinkedIn: “ @Afyonkarahisar Ticaret Borsası”

İnkedln, hesabımızdan instagram hesabımızdan gerçekleştirdiğimiz paylaşımları İngilizce açıklamalı biçimde paylaşım yapmaktayız.

**NOT: Tüm sosyal medya hesaplarımıza [afyonborsa.org.tr](http://afyonborsa.org.tr) web adresimizden ulaşabilirsiniz.**