

Örnek Kampanya Yapısı Şablonu — SEM / Otel

Mimari Rehberi (v1.0)

Asset Amacı: Otel Google Ads hesap kurulumunda pazar, dil, cihaz ve segment kırılımlarını standardize ederek ajans-otel iletişimini hızlandırmak ve karmaşayı önlemek için tasarlanmıştır.

Kim Kullanır?: Performans uzmanları, ajans yöneticileri ve otel satış-pazarlama yöneticileri.

A) Boş Şablon Alanları (Planlama Cetveli)

Bu alanları doldurarak kampanya mimarinizi kurgulayın:

1. Hesap & Hedef Bilgisi

- Otel/Tesis Kodu: _____
- Destinasyonlar: _____ (Antalya, Belek, Side, Bodrum vb.)
- Hedef Pazarlar & Diller: _____ (TR/DE/RU)
- Ana Hedef: (Rezervasyon / Lead)

2. Kampanya Seti (Naming Convention)

Sistematik isimlendirme ile raporlamayı kolaylaştırın:

- BRAND_[DİL]_[TESİS_KODU]: _____
- GENERIC_[DİL]_[GEO]_[TESİS_KODU]: _____
- REMARKETING_[DİL]_[KANAL]: _____

3. Reklam Grubu & Landing Eşleşmesi

Tema (Niyet Kümesi)	Örnek Anahtar Kelime	Hedef Landing Page
Konsept	"Belek resort her şey dahil"	/tr/.../her-sey-dahil
Segment	"Antalya aile oteli"	/tr/.../aile-oteli
Oda Tipi	"Belek suite odalar"	/tr/.../suitler

B) Uygulama Kuralları (5 Altın Kural)

1. **Kontrol Kampanyada Başlar:** Pazar, dil ve Brand/Generic ayrımını mutlaka kampanya seviyesinde yapın.
2. **Tematik Gruplandırma:** Reklam gruplarını oda tipi, konsept veya destinasyon niyet kümelerine göre kurun.
3. **Mesaj-Landing Uyumu:** Her reklam grubu için tek bir ana landing page belirleyerek alaka düzeyini (Quality Score) koruyun.
4. **Standart İsimlendirme:** Naming convention standardını yazılı hale getirin; herkesin aynı rapor dilini konuşmasını sağlayın.
5. **Ölçüm Yoksa Canlı Yok:** Dönüşüm event'leri (purchase, whatsapp_click vb.) test edilmeden kampanyayı ölçeklemeyin.

C) Örnek Uygulama (Belek Resort Senaryosu)

- **Pazar:** TR + DE | **Hedef:** Direkt Rezervasyon
- **Kampanya:** [GENERIC_TR_GEO_BLK01](#)
- **Ad Group 1:** "Belek Golf Oteli" → [/tr/golf-oteli](#)
- **Ad Group 2:** "Antalya Balayı Oteli" → [/tr/balayi](#)
- **Ölçüm:** [purchase_booking](#), [call_click](#), [whatsapp_click](#)

D) Problem → Kök Neden → Çözüm Tablosu

Kurulum aşamasında karşılaşılan yaygın hatalar:

Problem	Kök Neden	Çözüm
Trafik var, rezervasyon yok	Landing hedefi dağınık	Tek hedefli landing + reklam metni eşlemesi
Bütçe hızlı bitiyor	Çok geniş/yanlış kelime eşleme	Daraltılmış kelime seti + negatif listesi
Dönüşüm görünmüyor	Ölçüm eksik / yanlış event	GA4+GTM doğrulama ve test rezervasyonu

E) Deliverables (Teslim Edilecekler)

1. **Hesap Mimari Planı:** Tek sayfalık görsel hiyerarşi dökümanı.
2. **Naming Convention Standartı:** İsimlendirme kuralları listesi.
3. **Ad Group & Landing Matrisi:** Tema bazlı eşleşme tablosu.
4. **Ölçüm Event Listesi:** GA4/GTM üzerinde tanımlanacak teknik liste.