

# GA4 + GSC Birleşik Raporlama Şablonu (v1.0)

**Asset Amacı:** Bu şablonun temel amacı; Google Analytics 4 (Davranış) ve Google Search Console (Görünürlük) verilerini aynı dönem ve sayfa (landing page) standardında birleştirmektir. Bu sayede "sadece trafik" veya "sadece konum" yerine, görünürlükten dönüşüme kadar olan tüm akışı tek bir tabloda görüp "Yorum → Aksiyon" döngüsünü kurabilirsiniz.

**Kim Kullanır?:** SEO/Performans ekipleri, ajans yöneticileri ve otel satış-pazarlama liderleri.



## Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Senkronizasyon:** Hem GA4 hem GSC'de aynı tarih aralığı, ülke ve cihaz filtrelerini seçin.
- Veri Transferi:** Landing page bazlı verileri (GSC'den tıklama/konum, GA4'ten etkileşim/dönüşüm) şablon'a aktarın.
- Aksiyonlandırma:** Her sayfa için "Visibility mi, Behaviour mi sorun?" sorusuna göre tek bir yorum ve aksiyon yazıp sprint planına ekleyin.

## TEMPLATE: Birleşik Landing Performans Şablonu

### A) Filtre Seti (Rapor Sabitleri)

- Tarih Aralığı:** \_\_\_\_\_
- Karşılaştırma:** \_\_\_\_\_ (Örn: Geçen yıl aynı dönem)
- Segment:** Organic Search | Ülke: \_\_\_\_\_ | Cihaz: \_\_\_\_\_

## B) Birleşik Landing Tablosu (Örnek Düzen)

Landing Page (URL)	Impressions (GSC)	CTR (GSC)	Avg. Pos (GSC)	Sessions (GA4)	Conv. Rate (GA4)	Yorum (Analiz)	Aksiyon (Karar)
/bodrum-villa-kiralama	45.000	%1.2	4.2	540	%0.8	Görünürlük iyi, tıklama düşük.	Snippet/Meta revizyonu yap.
/luxury-suites	12.000	%4.5	8.1	540	%3.2	CTR yüksek ama konum düşük.	İçerik derinliği & Backlink.

## C) Uygulama Kuralları (5 Altın Kural)

- Tekil URL Odağı:** Her satırda tek bir landing page olmalı; kategori veya genel toplamlarla karma yapmayın.
- Sorgu Doğrulaması:** GSC verisini sayfanın çektiği temel sorgularla (queries) çapraz kontrol edin.
- GA4 Doğruluğu:** GA4 tarafında mutlaka "Landing Page" boyutunu (page path) kullandığınızdan emin olun.
- Net Teşhis:** Yorumunuz "Visibility mi (Görünürlük), Behaviour mi (Davranış)?" sorununu net belirtmeli.
- Kategorik Aksiyon:** Aksiyonu şu 4 gruptan birine bağlayın: **Snippet / İçerik / UX / Ölçüm.**

## Kontrol Listesi

- [ ] GA4 ve GSC veri filtreleri (tarih/ülke/cihaz) birbiriyle %100 örtüşüyor mu?
- [ ] Brand (Marka) ve Non-Brand (Genel) aramalar için ayrı etiketleme yapıldı mı?
- [ ] Her landing page için en az bir "Aksiyon Backlog" maddesi oluşturuldu mu?
- [ ] Rapor, yönetici özeti niteliğinde 1 sayfalık bir sonuç dökümanı sunuyor mu?

## Deliverables

- Deliverables:** Doldurulmuş Birleşik Landing Tablosu, 1 Sayfalık Yönetici Özeti, Aksiyon Backlog'u.

## GA4 + GSC BİRLEŞİK RAPORLAMA STANDARDI (Otel/B2B)

- ✓ Tarih ve Cihaz Filtreleri Eşitlendi  
(GA4=GSC)
- ✓ Veri 'Landing Page' Bazında Çekildi
- ✓ Brand vs Non-Brand Etiketi Eklendi
- ✓ Her Satıra 1 Net Yorum Yazıldı  
(Visibility/Behaviour)
- ✓ Her Satıra 1 Net Aksiyon Atandı
- ✓ Sprint Planına Bağlandı (14 Gün)

