

# Remarketing Temel Senaryo Checklist'i (v1.0)

**Asset Amacı:** Oteller için remarketing sürecini "genel bir anlatım" olmaktan çıkarıp, 3 temel senaryo üzerinden (Oda, Fiyat, Terk) hızla başlatmanızı sağlar. Segment-mesaj-CTA eşleşmesini hazır sunarak karmaşayı önler ve 14 günlük bir sprint planıyla ölçümden optimizasyona kadar olan süreci standartlaştırır.

**Kim Kullanır?:** Otel satış-pazarlama ekipleri, dijital pazarlama yöneticileri ve otel odaklı çalışan ajans ekipleri.

## Ölçüm & Önceliklendirme Checklist'i

Kampanyayı başlatmadan önce teknik altyapınızı doğrulayın:

- [ ] **Entegrasyon:** GA4–Google Ads bağlantısı aktif ve audience (kitle) paylaşımı çalışıyor mu?
- [ ] **Etiketleme:** Tag Manager remarketing etiketleri, kullanıcı izni (consent) mekanizmasıyla uyumlu mu?
- [ ] **Segmentasyon:** 3 temel segment (Oda sayfası / Fiyat adımı / Rezervasyon terk) tanımları hazır mı?
- [ ] **Hız & Dönüşüm:** Landing sayfalarında net CTA ve hızlı yükleme kontrolleri yapıldı mı?
- [ ] **Sıklık:** Frekans ve zaman penceresi segment bazında belirlendi mi?

### OTEL REMARKETING: TEMEL SENARYO KONTROL LİSTESİ

ODA SAYFASI ZİYARETCİSİ

- Odaya özgü görsel kullan
- Tek bir fayda vurgula (Manzara vb.)
- 7-14 gün penceresi

FİYAT ADIMINDA ÇIKANLAR

- Resmi site avantajını belirt
- Harekete geçirici mesaj (CTA) netleştir
- 3-7 gün penceresi

REZERVASYON TERK (ACİL)

- Yardım/Destek teklif et
- İptal/Ödeme güveni ver
- 1-3 gün kısa frekans



## Problem → Kök Neden → Çözüm Tablosu (Fletcher Modeli)

Dönüşüm hunisindeki (funnel) kopma noktalarını bu stratejilerle onarın:

Problem	Olası Kök Neden	Çözüm
Oda sayfası var, rezervasyon yok	Mesaj veya koşul net değil	Oda segmentine özel "güven" kreatifi + net CTA
Fiyat adımı drop-off yüksek	Uygunluk veya koşul belirsiz	Fiyat segmentinde "resmi site avantajı" + hızlandırıcı CTA
Checkout terk yüksek	Yardım veya ödeme adımı belirsiz	Terk segmentinde canlı destek + risk azaltma mesajı

## 14 Günlük Remarketing Sprint Planı

Kampanyanızı iki hafta içinde optimize edilmiş bir yapıya kavuşturun:

- **Gün 1-3:** Ölçüm doğrulama (event/dönüşüm), Consent/KVKK kontrolü ve cerez ayarlarının tamamlanması.
- **Gün 4-5:** Üç temel segmentin (Oda/Fiyat/Terk) ve zaman pencerelerinin GA4/Ads üzerinde oluşturulması.
- **Gün 6-7:** İlk kampanya yayını; segment bazlı mesaj içeren tek kreatif formatın yayına alınması.
- **Gün 8-11:** Landing page iyileştirmeleri (hız, güven unsurları) ve mesaj varyasyonları için A/B testlerinin başlatılması.
- **Gün 12-14:** Frekans düzenlemeleri, KPI değerlendirmesi (CPA/Dönüşüm) ve 2. faz (YouTube/Ek segmentler) için planlama.

## Öncesi / Sonrası KPI Tablosu (Örnek Şablon)

Remarketing başarısını bu metriklerle takip edin:

KPI	Öncesi	Sonrası	Not
Rezervasyon dönüşüm oranı	—	—	Segment bazında takip
CPA (Edinim Başı Maliyet)	—	—	Soğuk kitleyle kıyas
Yeniden ziyaret oranı	—	—	Oda/fiyat segmenti
Checkout terk oranı	—	—	Terk segmenti odağı

## Deliverables (Teslim Edilecekler)

- Audience Tanımları:** Oda, Fiyat ve Terk odaklı 3 temel remarketing kitle tanımı.
- Kampanya Yapısı:** GDN (Google Görüntülü Reklam Ağ) ilk kurulum ve rapor ekranı.
- Mesaj Seti:** Her segment için tek vaat ve tek CTA içeren içerik taslakları.
- Takip Tablosu:** 14 günlük sprint planı ve KPI takip çizelgesi.

