

# GA4 + GTM Dönüşüm Checklist'ini İndir (v1.0)

**Asset Amacı:** Oteller için GA4, GTM ve Google Ads dönüşüm takibini hatasız bir yapıya kavuşturur. Rezervasyon motoru (Booking Engine) ile ana site arasındaki cross-domain sorunlarını çözer, telefon aramalarını (Call Tracking) ölçülebilir kılar ve "Primary/Secondary" dönüşüm ayırimıyla Google Ads algoritmasını optimize eder.

**Kim Kullanır?:** Otel satış-pazarlama yöneticileri, performans pazarlama ajansları ve web/BT ekipleri.

## A) Ölçüm & Önceliklendirme Checklist'i

Ölçüm altyapınızı aşağıdaki 5 kritik başlıkta denetleyin:

### 1. Dönüşüm Stratejisi

- [ ] **Primary:** Satış (booking\_complete), Nitelikli Form ve 60 sn üzeri aramalar tanımlandı mı?
- [ ] **Secondary:** WhatsApp tıklama, Oda detay görüntüleme, Fiyat sorgulama ayrıldı mı?
- [ ] **Google Ads Ayarı:** Algoritmayı bozmamak için sadece "Primary" olanlar "Optimization" olarak seçildi mi?

### 2. GA4 & GTM Teknik Kurulum

- [ ] **Event Standardı:** generate\_lead, purchase, view\_item gibi standart isimler kullanıldı mı?
- [ ] **Key Events:** Kritik olaylar GA4 panelinde "Key Event" olarak işaretlendi mi?
- [ ] **Trigger Test:** GTM Debug modunda tüm tetikleyiciler mobil ve masaüstünde doğrulandı mı?

### 3. Cross-Domain & Call Tracking

- [ ] **Booking Engine:** Ana site ve rezervasyon motoru arasında veri akışı (cross-domain) aktif mi?
- [ ] **Referral Exclusion:** Ödeme geçitleri (banka sayfaları) yönlendirme hariç tutma listesine eklendi mi?
- [ ] **Call Tracking:** Reklamdan gelen aramalar ve sitedeki tıkla-ara butonları ayrı ayrı ölçülüyor mu?

## B) Problem → Kök Neden → Çözüm Tablosu

Problem	Kök Neden	Çözüm
Dönüşüm sayıları PMS ile tutmuyor	Cross-domain veya mükerrer tetiklenme	GTM'de <a href="#">Transaction ID</a> kontrolü ve domain bağlama.
Ads maliyeti var ama dönüşüm yok	Yanlış "Trigger" (tetikleyici) kurgusu	Teşekkür sayfası yerine "DataLayer" bazlı satış takibi.
WhatsApp ölçülemiyor	Event kurulumu eksikliği	GTM üzerinden <a href="#">link_click</a> tetikleyicisi ile takip.

## C) 14 Günlük Dönüşüm Sprint Planı

Veri doğruluğundan emin olacağınız 2 haftalık uygulama takvimi:

- **Gün 1-3:** Dönüşüm haritasının çıkarılması, GA4 event isim standartlarının belirlenmesi ve panelde işaretlenmesi.
- **Gün 4-7:** GTM üzerinde Ads Conversion Tags kurulumu, telefon arama takibi ve rezervasyon motoru cross-domain testleri.
- **Gün 8-10:** End-to-end QA (Uçtan uca test); gerçek bir rezervasyon ve form denemesi ile verinin Ads/GA4'e düşüşünün izlenmesi.
- **Gün 11-14:** Enhanced Conversions (Geliştirilmiş Dönüşümler) aktivasyonu, Dashboard kurulumu ve ilk sonuç raporunun Backlog ile paylaşılması.

## D) Öncesi/Sonrası KPI Tablosu

Metrik	Önce (Tahmini/Hatalı)	Sonra (Net/Doğrulanmış)
Veri Tutarlılığı (PMS vs GA4)	%60	%95+
Ölçülen Kanal Sayısı	Sadece Web	Web + Telefon + WhatsApp
Google Ads Optimizasyonu	Manuel	Otomatik (Smart Bidding)

## E) Deliverables (Teslim Edilecekler)

- Conversion Map:** Primary ve Secondary dönüşüm hiyerarşi dökümanı.
- GTM Tag/Trigger Listesi:** Yazılım ekibi için teknik kurulum kılavuzu.
- Cross-Domain Notu:** Rezervasyon motoru entegrasyon rehberi.
- QA Test Senaryoları:** Kurulum sonrası doğrulama için kontrol adımları.