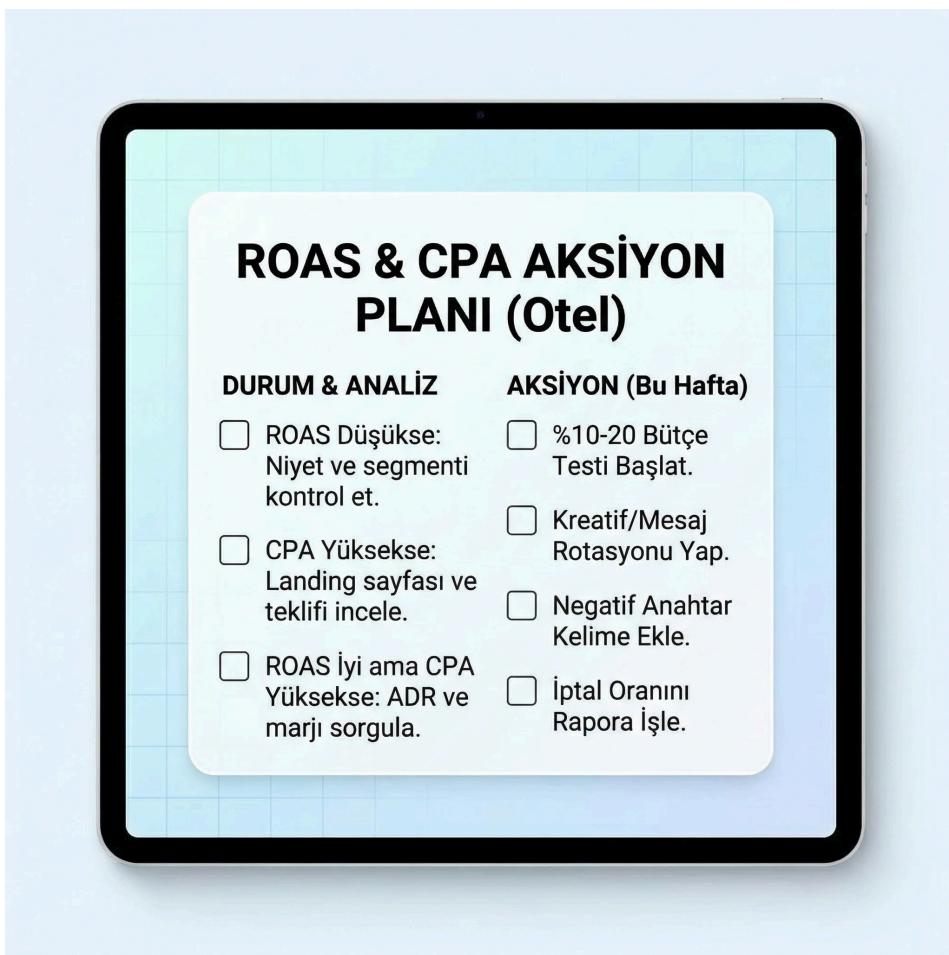


# ROAS Hedef Belirleme & CPA Hesaplama Şablonu (v1.0)

**Asset Amacı:** Bu şablon, otelcilik dinamiklerine uygun olarak ROAS (Reklam Harcamasının Getirisini) ve CPA (Edinim Başına Maliyet) verilerini hesaplamak ve yorumlamak için tasarlanmıştır. "Brüt ROAS" ile iptal/iade sonrası oluşan "Net ROAS" farkını görür kılın; böylece bütçe kararlarının hislerle değil, doğrudan kârlılık mantığıyla (Direct vs. OTA komisyon kıyası) verilmesini sağlar.

**Kim Kullanır?:** Otel sahipleri, gelir yönetimi (Revenue), satış-pazarlama ekipleri ve performans ajansları.



## Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Veri Girişi:** Kampanyalarınızı rollerine (Brand, Generic, Remarketing vb.) göre ayırin ve harcama/gelir verilerini girin.
- Hesaplama:** Brüt gelirden iptal ve komisyonları düşerek Net ROAS ve CPA değerlerini otomatik olarak hesaplayın.
- Aksiyon Kararı:** Her kampanya için haftalık planda "Artır / Kıs / Test" kararlarından birini netleştirin.

## TEMPLATE (Hesaplama Alanları)

### A) Kampanya Kimliği & Temel Veriler

- Kampanya/Kanal: \_\_\_\_\_ (Örn: Google Search / Meta)
- Rol: \_\_\_\_\_ (Örn: Brand / Generic / Upper Funnel)
- Harcama (₺): \_\_\_\_\_
- Atfedilen Brüt Gelir (₺): \_\_\_\_\_
- İptal & Kesinti (₺): \_\_\_\_\_ (İptaller + Ödeme Komisyonları)
- Dönüşüm Türü & Sayısı: \_\_\_\_\_ (Örn: 15 Rezervasyon)

### B) Kritik Hesaplamalar (Otomatik Çıktı)

- Brüt ROAS: \$Brüt Gelir / Harcama\$
- Net ROAS: \$Net Gelir / Harcama\$
- CPA: \$Harcama / Dönüşüm Sayısı\$
- Etkin Komisyon (%): \$Harcama / Net Gelir\$ (OTA komisyonu ile kıyaslayın)

## Uygulama Kuralları (5 Altın Kural)

- Standardizasyon:** Gelir verisini platformlar arasında (GA4/CRM) tek bir kaynaktan çekerek tutarlılık sağlayın.
- Görünür Kılma:** Net ROAS hesaplarken iptal oranlarını "yaklaşık" bile olsa mutlaka dahil edin.
- Metrik Eşleşmesi:** CPA'yı sadece rakam olarak değil, dönüşüm türüyle (Lead/Rezervasyon) birlikte raporlayın.
- Rol Odaklılık:** Marka aramaları (Brand) ile keşif reklamlarının (Video/Display) hedeflerini asla bir tutmayın.
- Net Karar:** Her kampanya satırını tek bir aksiyonla kapatın: **Artır, Kıs veya Test Et.**

## Kontrol Listesi

- [ ] Brüt ve Net ROAS değerleri birbirinden ayrıldı mı?
- [ ] CPA verisi ilgili dönüşüm türüyle (Lead/Rezervasyon) eşleşti mi?
- [ ] Kampanyanın reklam hiyerarşisindeki rolü belirtildi mi?
- [ ] Reklam maliyeti, OTA komisyon oranıyla (Etkin Komisyon) kıyaslandı mı?
- [ ] Önümüzdeki 7-14 gün için net bir aksiyon kararı (Artır/Kıs/Test) yazıldı mı?

## Deliverables

- ROAS–CPA Tek Sayfa Şablonu, Haftalık Karar Paneli, Direct vs. OTA Kıyaslama Satırı.