

# SEO Performans + Gelir Dashboard Şablonu

## (v1.0)

**Asset Amacı:** Bu şablon; GA4, Search Console ve PMS (Otel Yönetim Sistemi) metriklerini Looker Studio üzerinde tek bir panelde birleştirir. Temel amaç, SEO raporlamasını teknik bir veriden çıkarıp, doğrudan rezervasyon ve gelir katkısını gösteren stratejik bir yönetim paneline dönüştürmektir.

**Kim Kullanır?:** Genel Müdür, Revenue Yöneticileri, Satış-Pazarlama Ekipleri ve BI/SEO Uzmanları.

### Tek Panel KPI Seti & Ölçüm Kuralları (5 Madde)

- Organik Direct Rezervasyon Sayısı
- Organik Gelir (Attributed Revenue)
- Organik RevPAR Katkısı
- Brand/Generic/Experience Payları
- Kanal Karması Etkisi (Direct vs OTA)

 Yönetim Odaklı Raporlama

Tek panel KPI seti checklist ve ölçüm kuralları kartı.

## Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Veri Bağlantısı:** GA4 ve Search Console hesaplarını Looker Studio'ya bağlayarak açılış sayfası (landing page) ve sorgu (query) kırılımlarını oluşturun.
- PMS Entegrasyonu:** Rezervasyon, gelir ve kanal verilerini (ADR/RevPAR) düzenli export veya konnektörler yardımıyla panele aktarın.
- Köprü Kurulumu:** "SEO → Rezervasyon Etkinliği → Gelir/RevPAR" akışını görselleştirerek KPI kartlarını ve detaylı (drill-down) tabloları yapılandırın.

## Panel İskeleti (Dashboard Yapısı)

### Üst KPI Kartları

- Organik Rezervasyon:** Doğrudan organik kanaldan gelen rezervasyon adedi.
- Organik Gelir:** Organik trafiğin ürettiği toplam ciro (₺/€).
- RevPAR Katkısı:** SEO çalışmalarının oda başı gelire olan yaklaşık etkisi.
- Kanal Karması:** Direct vs OTA (Online Seyahat Acenteleri) dengesinin izlenmesi.

### Dönüşüm Hunisi (Funnel)

- Akış:** Organik Oturumlar → Rezervasyon Başlatma → Rezervasyon Tamamlama → Toplam Gelir.

### Detaylı Analiz (Drill-Down)

- Açılış Sayfası Analizi:** Hangi sayfanın ne kadar organik gelir ürettiğinin takibi.
- Sorgu Grupları:** Brand (Marka), Generic (Genel) ve Experience (Deneyim) katmanlarının gelir katkısı.
- Pazar Verisi:** Ülke bazlı organik rezervasyonlar ve konaklama süresi (LOS) / ADR verileri.

## Uygulama Kuralları ve Örnek Hikâye

### Nasıl Doldurulur? (5 Altın Kural)

- Tanımları Netleştirin:** "Organik rezervasyon" tanımını hem dijital event hem de PMS verisiyle doğrulayın.
- Gruplamayı Sabitleyin:** Katman bazlı (Brand/Generic/Experience) raporlamayı yıl boyu değiştirmeyin.
- Sadelik:** Yönetici paneli için en kritik 10–12 KPI ile sınırlı kalın, gürültü yapmayın.
- Aksiyon İşaretleme:** SEO güncellemelerini raporda işaretleyerek etkilerini zamansal olarak okuyun.
- Yorumlama:** Her ay "Ne oldu?", "Neden oldu?" ve "Sıradaki adım ne?" sorularına yanıt verin.

## Kontrol Listesi

- [ ] GA4 rezervasyon (booking) etkinlikleri doğru ölçülüyor.
- [ ] Search Console sorgu ve sayfa raporları hazır.
- [ ] PMS gelir ve kanal verileri düzenli akışa bağlandı.
- [ ] Tek panelde KPI kartları, hıni grafiği ve detay tabloları hazırlandı.
- [ ] Haftalık ve aylık raporlama ritmi (365 bakım) tanımlandı.

## Deliverables

Dashboard Mockup Görüseli, Funnel Grafiği, Katman Bazlı Gelir Tablosu.

**“Dashboard şablonu, entegrasyon planı ve deliverables paketi kartı.”**

