

Bütçe Hesaplama Excel Şablonunu İndir — SEM / Otel Budget & Bid Audit (v1.0)

Asset Amacı: Aylık bütçe hedefini günlük operasyonel modele çevirir, pazar bazlı dağılımı netleştirir ve hesap verimliliğine (data maturity) göre en doğru teklif stratejisini skorlar.

Kim Kullanır?: Otel satış-pazarlama yöneticileri, Genel Müdürler ve performans uzmanları.

A) Ölçüm Alanları & Skorlama (0–5)

Hesabınızın "akıllı teklif" stratejilerine ne kadar hazır olduğunu saptayın:

| Kategori | Ölçüm Kriteri | Skor (0-5) |
|-----------------|--|------------|
| Ölçüm Hazırlığı | GA4, Booking Engine ve WhatsApp/Form ölçüm doğruluğu. | — |
| Veri Olgunluğu | Son 30 günlük dönüşüm hacmi ve stabilité. | — |
| Mimari Netliği | Brand/Generic ayrımı ve ülke/dil kırılım disiplini. | — |
| Bütçe Disiplini | Aylık hedef belirleme ve 30,4 kuralı ile günlük hesaplama. | — |

Skor Yorumlama:

- 🔴 0–25 Kırmızı: Mimari oturmadan akıllı teklif (Smart Bidding) kullanmayın; bütçe riski!
- 🟡 26–40 Sarı: Kademeli geçiş; "Max Conversions" ile veri toplamaya devam edin.
- 🟢 41+ Yeşil: Target ROAS veya Target CPA ile tam optimizasyon moduna geçin.

B) Problem → Kök Neden → Çözüm Tablosu

Bütçe yönetiminde karşılaşılan temel darboğazlar:

| Problem | Kök Neden | Çözüm |
|-------------------------------------|-----------------------------------|--|
| Bütçe hızlı bitiyor | Yanlış eşleme / Çok geniş kelime | Daraltılmış kelime seti + Negatif listesi |
| ROAS/CPA ölçülemiyor | Gelir ölçümü veya event eksikliği | GA4 dönüşüm doğrulama + E-ticaret kurulumu |
| Düşük sezonda yüksek harcama | Statik bütçe yönetimi | Sezonluk bütçe planı (6-8 hafta önceden) |
| Brand trafiği kaybediliyor | Bütçe koruması yok | Brand kampanyasını sabitle + Bütçe kilitle |

C) İlk 10 Aksiyon Listesi (Öncelikli)

- Brand koruması:** Marka kampanyası bütçesini sabitleyin.
- 30,4 Kuralı:** Aylık bütçeyi 30,4'e bölerek günlük sınırı belirleyin.
- Pazar Ayırımı:** TR/DE/RU bütçelerini ve raporlarını birbirinden ayırin.
- Veri Doğrulama:** Rezervasyon ve lead ölçümlerini test edin.
- Niyet Kümesi:** Generic kampanyaları daraltılmış niyet kümeleriyle kurun.
- Bid Testi:** 14 günlük bir teklif stratejisi test takvimi oluşturun.
- Smart Bidding:** Veri olgunluğu 40+ puana ulaştığında geçiş planı yapın.
- Sezon Planı:** Kampanyaları sezon değişiminden 6-8 hafta önce hazırlayın.
- Raporlama Ritmi:** Haftalık dashboard üzerinden ilerlemeyi takip edin.
- Internal Link:** [Reklam Raporlama Detayları](#) rehberine göz atın.

D) Öncesi/Sonrası KPI Tablosu

Bütçe optimizasyonu sonrası hedeflenen değişim:

| KPI | Önce | Sonra | Not |
|------------|------|-------|---------------------------|
| ROAS | TBD | TBD | Gelir odaklı ölçüm |
| CPA | TBD | TBD | Lead/Rezervasyon maliyeti |
| CVR | TBD | TBD | Landing ve teklif etkisi |
| Brand Payı | TBD | TBD | Koruma seviyesi metriği |

E) Deliverables (Teslim Edilecekler)

- Excel Audit Sheet:** Bütçe, pazar ve bid seçimi hesaplama motoru.
- Bid Strategy Seçici:** (Manual / Max Conversions / tCPA / tROAS) karar matrisi.
- 14 Günlük Test Planı:** Teklif stratejisi değişim takvimi.
- Sezonluk Dağıtım Tabı:** Dönemsel bütçe kaydırma aracı.