

Google Ads Hesap Kurulum Checklist'ini İndir — SEM / Oteller (v1.0)

Asset Amacı: Otellerin Google Ads başlangıcında yaptığı hataları önlemek ve 14 günde ölçülebilir ilk kampanyayı ayağa kaldırmak için tasarlanmıştır.

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

A) Ölçüm & Önceliklendirme Checklist'i

Kampanyayı yayınamadan önce bu maddeleri tek tek işaretleyin:

1. Hedef & Strateji

- [] Tek bir ana hedef (rezervasyon veya lead) seçildi.
- [] Hedef pazar (TR/DE/RU) ve destinasyon mesajı (Örn: Belek/Bodrum) netleştirildi.

2. Hesap Yapısı & Ölçüm

- [] Marka ve marka dışı kampanyalar birbirinden ayrıldı.
- [] Negatif kelime listesi taslağı hazırlandı.
- [] Dönüşüm Takibi: WhatsApp, arama ve form tetikleyicileri GTM üzerinden doğrulandı.

3. Landing Page (Açılış Sayfası) & UX

- [] Mobil hız kontrol edildi; ilk ekran (above the fold) hızlı yükleniyor.
- [] CTA butonları (Rezervasyon/Arama) görünür ve işlevsel.

B) Problem → Kök Neden → Çözüm Tablosu

Reklam performansını düşüren kritik açıklar ve müdahaleler:

Problem	Kök Neden	Çözüm
Trafik var, rezervasyon yok	Landing hedefi dağınık / mesaj uyumsuz	Tek hedefli landing + reklam metni eşlemesi
Bütçe hızlı bitiyor	Çok geniş anahtar kelime / yanlış eşleme	Daraltılmış kelime seti + negatif kelimeler
Dönüşüm görünmüyör	Ölçüm eksik / yanlış event	GA4+GTM dönüşüm doğrulama, test rezervasyon
Mobilde performans düşük	Hız/UX zayıf	Görsel optimizasyon + kısa form + net CTA
Almanya/Rusya pazarı zayıf	Dil/para birimi uyumsuz	Dil uyumlu landing + mesaj lokalizasyonu

C) 14 Günlük SEM Sprint Planı

İlk kampanya yayını ve optimizasyon takvimi:

- **Gün 1-4:** Hedef pazar seçimi, landing page düzeni ve GA4/GTM dönüşüm testleri.
- **Gün 5-7:** Kelime seti hazırlığı, reklam metin varyasyonları ve **Yayın Başlangıcı**.
- **Gün 8-10:** Arama terimleri temizliği, negatif kelime ekleme ve ülke kırılım kontrolü.
- **Gün 11-14:** Landing mikro iyileştirmeleri, bütçe ince ayarları ve ilk performans raporu.

D) Öncesi/Sonrası KPI Tablosu

Ölçümün doğruluğunu ve ilk 14 günlük öğrenme sürecini takip edin:

KPI	Önce (Gün 1)	Sonra (Gün 14)	Not
CTR (Tıklama Oranı)	0	TBD	Reklam alaka düzeyi
CVR (Dönüşüm Oranı)	0	TBD	Landing başarısı
CPA (Dönüşüm Başı Maliyet)	0	TBD	Bütçe verimliliği
ROAS (Reklam Harcaması Getirisi)	0	TBD	30-60 gün sonra anlamlılaşır

E) Teslim Edilecek Belgeler (Deliverables)

- Kampanya Planı:** Tema ve kelime seti dokümanı.
- Reklam Metinleri:** 3 farklı varyasyon ve uzantılar.
- Negatif Kelime Listesi v1:** Bütçe koruma kalkanı.
- Dönüşüm Ölçüm Rehberi:** Hangi aksiyonun nasıl sayılığına dair teknik not.
- İlk Rapor Şablonu:** Yönetim için 1 sayfalık özet.