

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 ayrımıyla 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 Transaction ID 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 link_click 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.