

SEO + SEM Benchmark KPI Listesi (v1.0)

Asset Amacı: Oteller için SEO ve SEM performans verilerini tek bir benchmark panelinde toplamak; marka ve destinasyon kelimeleri ayrımını yaparak SERP (Arama Sonuç Sayfası) görünürlüğünü netleştirir. Amaç, pazarlama bütçesinin hangi kanala aktarılacağı kararını rakip verisi ve görünürlük KPI'ları ile desteklemektir.

Kim Kullanır?: Otel Pazarlama Ekipleri, Ajanslar, GM/Otel Sahipleri ve Performans Pazarlama Ekipleri.

1. Ölçüm & Önceliklendirme Checklist'i

Benchmark sürecine başlamadan önce aşağıdaki teknik hazırlıkları tamamlayın:

- ☐ **Kelime Gruplandırma:** Brand (marka) vs. Destinasyon kelime listeleri (30-50 kelime) oluşturuldu mu?
- ☐ **SEO Görünürlük:** Top 3 ve Top 10 sıralama dağılımı KPI'ları seçildi mi?
- ☐ **SERP Özellikleri:** Maps, Snippet ve PAA (Kullanıcılar Bunları da Sordu) takibi eklendi mi?
- ☐ **SEM Metrikleri:** Impression Share (Gösterim Payı), CTR ve ROAS/CPA hedefleri belirlendi mi?
- ☐ **Veri Kaynakları:** GSC, GA4 ve Google Ads hesapları ölçüm için eşlendi mi?
- ☐ **Rakip Seti:** Bölge ve segment bazlı rakip oteller tanımlandı mı?

2. Problem → Kök Neden → Çözüm Tablosu

Veri analizinde karşılaşılan yaygın sorunlar ve stratejik müdahaleler:

Problem	Kök Neden	Çözüm
Brand güçlü, destinasyon zayıf	İçerik/Landing sayfası eksikliği	Destinasyon landing + internal link + içerik kümeleri
SEM harcıyoruz ama görünürlük düşük	Teklif/Kalite skoru/Bütçe yetersizliği	Impression share analizi + mesaj testi + kalite iyileştirme
Trafik var ama dönüşüm yok	Arama niyeti uyumsuzluğu	Kelime niyeti etiketleme + landing sayfası uyumu

Maps görünürlüğü zayıf	Lokal sinyal eksikliği	Lokal SEO çalışması, sayfa/şema ve GBP sinyalleri
-------------------------------	------------------------	---

3. 14 Günlük Sprint Planı (Hızlı Kazanım)

İlk 2 haftada görünürlük artışı sağlayacak aksiyon adımları:

- **Gün 1-3:** Kelime gruplarını ayırın, rakip set analizini yapın ve KPI panel şablonunu kurun.
- **Gün 4-7:** SEO için FAQ ve başlık iyileştirmeleri yapın; SEM tarafında ise landing sayfası testlerini başlatın.
- **Gün 8-12:** Visibility (görünürlük) ve CTR trendlerini kontrol ederek en iyi çalışan alana odaklanın.
- **Gün 13-14:** Öğrenim notlarını raporlayın ve süreci aylık rutine bağlayın.

4. Öncesi / Sonrası KPI Tablosu

Çalışma sonucunda takip edilecek başarı metrikleri:

KPI	Önce (Dönem A)	Sonra (Dönem B)	Not
SEO Top 10 Visibility	TBD	TBD	Destinasyon kelimeleri odaklı
Maps Görünürlüğü	TBD	TBD	Lokal sinyal etkisi
Impression Share	TBD	TBD	Non-brand kampanya performansı
ROAS / CPA	TBD	TBD	Ölçüm doğruluğu kontrolü

Deliverables Listesi

- Brand/destinasyon kelime listesi (30–50)
- SEO+SEM KPI panel şablonu
- SERP görünümü örnek seti
- 14 günlük aksiyon planı + öğrenim notu