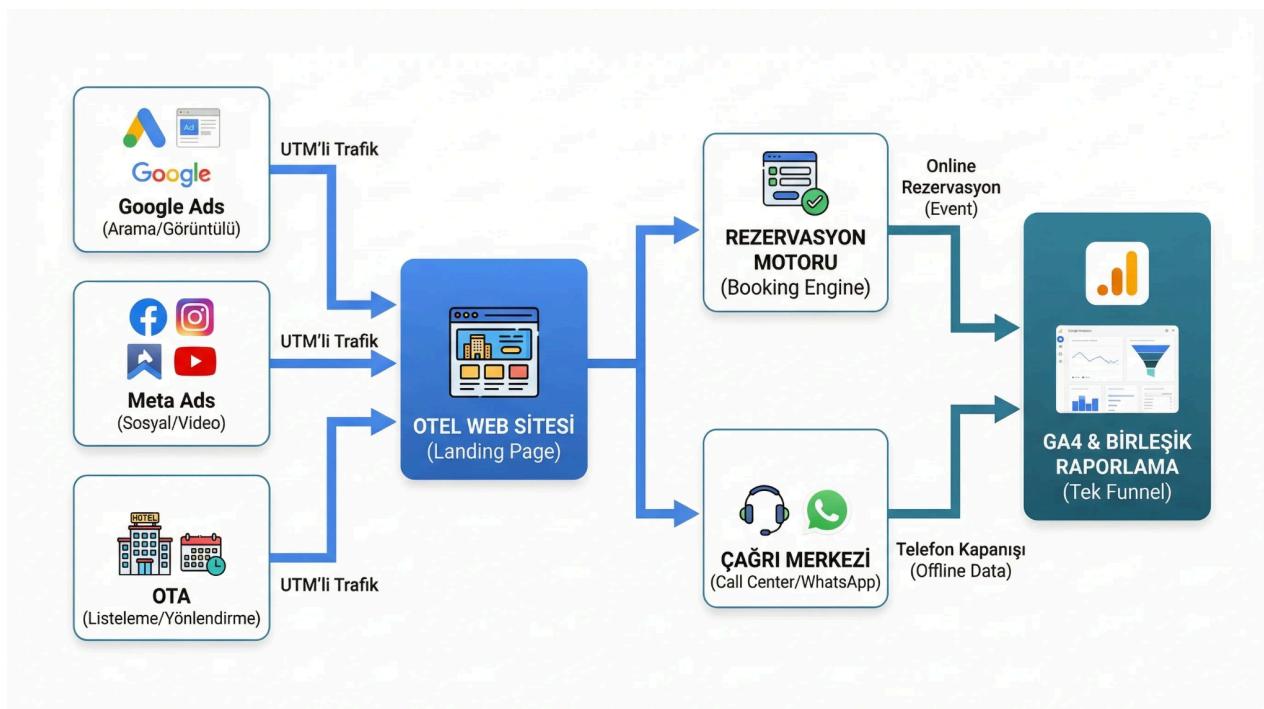


Multi-Channel Funnel Dashboard Örneği (v1.0)

Asset Amacı: Google Ads, Meta Ads ve OTA (Online Seyahat Acenteleri) kaynaklarından gelen verileri tek bir funnel (Trafik → Talep → Rezervasyon → Gelir) üzerinde görselleştirmeniz için stratejik bir iskelet sunar. Kanal bazlı KPI kartlarını ve ilişkilendirme (attribution) özetlerini tek ekrana toplayarak, rapor tasarımları süresini kısaltır ve veri destekli karar hızını artırır.

Kim Kullanır?: Otel Satış-Pazarlama Ekipleri, Ajans Yöneticileri ve Gelir (Revenue) Raporlama Sorumluları.



Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Event Eşleme:** GA4 etkinliklerinizi (event) funnel adımlarına (fiyat arama, rezervasyon başlatma, satın alma) göre gruplandırın.
- Kanal Bağlantısı:** UTM sözlüğünüzü göre kanal kırılımlarını (Google/Meta/OTA) dashboard filtrelerine ve KPI kartlarına bağlayın.
- Aksiyon Odaklılık:** Her rapor döngüsünde "3 teşhis sorusu" kutusunu doldurarak veriyi somut operasyonel kararlara dönüştürün.

TEMPLATE: Multi-Channel Funnel Dashboard İskeleti

A) Dashboard Temel Alanları

- Dashboard Başlığı: _____
- Dönem / Geo Filtresi: ____ / (Antalya, Belek, Side vb.)
- Funnel Metrikleri: Trafik → Talep → Rezervasyon → Gelir (Brüt/Net)
- Attribution Özeti: İlk Temas vs. Son Temas Karşılaştırması

B) Kanal Bazlı KPI Kartları

- Google Ads: Harcama / CPA (Maliyet) / Rezervasyon / ROAS
- Meta Ads: Erişim / CTR / Destekli Talep Sinyalleri (Assisted)
- OTA Verisi: Rezervasyon Sayısı / İptal Oranı / Net Gelir



Raporlama Kuralları (5 Altın Kural)

- Kör Noktaları Kapatin:** Sadece satışa bakmayın; "fiyat arama" veya "rezervasyon başlatma" gibi "Talep" KPI'larını eklemeyeniz funnel'ın nerede kırıldığını anlayamazsınız.

2. **Net Gelir Odağı:** OTA gelirlerini mümkünse komisyon ve iptal sonrası "net" rakamlarla okuyun.
3. **Meta'ya "Asist" Gözlügüyle Bakın:** Meta reklamları genellikle huninin üst/orta kısmında (istek uyandırma) çalışır; sadece "son tıklama" (last-click) ile değerlendirip bütçeyi kesmeyin.
4. **Destinasyon Filtresi:** Akdeniz resort pazarında performans sezona ve bölgeye göre keskin değişir; raporu mutlaka destinasyon bazlı filtreleyin.
5. **Karar Kutusu:** Dashboard'un altına her hafta mutlaka önümüzdeki 7 gün uygulanacak 3 test/aksiyon maddesi ekleyin.



Kontrol Listesi & Deliverables

- [] Funnel adımları GA4 event'leriyle doğru eşleşti mi?
- [] OTA ve çağrı merkezi gelir katmanları rapora dahil edildi mi?
- [] Haftalık "3 teşhis sorusu" alanı rapor şablonunda yer alıyor mu?

Teslimat Paketi: 1 sayfa dashboard iskeleti, kanal bazlı KPI kart seti, attribution özet kutusu ve haftalık aksiyon planı şablonu.