

Sosyal Medya Reklam Funnel & Kampanya Planlama Şablonu (v1.0)

Asset Amacı: Reklamlarınızı farkındalık (awareness), değerlendirme (consideration), dönüşüm (conversion) ve sadakat (loyalty) katmanlarına göre yapılandırmanızı sağlar. Amacı; kampanya türlerini doğru stratejik noktaya yerleştirmek, her aşama için tek bir ana KPI belirlemek ve ölçüm standartlarını (UTM/GA4) basitleştirmektir.

Kim Kullanır?: Otel satış-pazarlama ekipleri, reklam ajansı yöneticileri ve lead odaklı B2B büyümeye ekipleri.



Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Yerleştirme:** Mevcut tüm reklam kampanyalarınızı funnel katmanlarına (AW, CO, BO, LO) göre sınıflandırın.
- Planlama:** Her katman için spesifik kreatif konseptini, hedef kitleyi ve birincil KPI değerini şablona işleyin.
- Ölçüm:** UTM ve GA4 isimlendirme standartlarını sabitleyerek veri akışını raporlama dashboard'una bağlayın.

TEMPLATE – Planlama Alanları

A) İş Modeli & Funnel Katmanları

- **Sektör & Dönüşüm:** (Otel / B2B) — Ana dönüşüm: (Rezervasyon / Lead / WhatsApp).
- **1) Awareness (AW):** Hedef: Erişim/Video İzlenme. KPI: CPM/Reach/VTR. Format: [SMM_AW_....](#)
- **2) Consideration (CO):** Hedef: Trafik/Etkileşim. KPI: LPV/CTR. Format: [SMM_CO_....](#)
- **3) Conversion (BO):** Hedef: Satış/Lead. KPI: CPA/CPL/CVR. Format: [SMM_BO_....](#)
- **4) Loyalty (LO):** Hedef: CRM/Tekrar Satın Alma. KPI: Repeat/LTV. Format: [SMM_LO_....](#)

B) Remarketing & Ölçüm Standardı

- **Segmentler:** Oda bakan (7 gün), Form yarılmış bırakılan (3 gün), Videonun %75'ini izleyenler (14 gün).
- **UTM Yapısı:**
[utm_source=meta&utm_medium=paid_social&utm_campaign=....](#)

ÖRNEK FUNNEL SETİ ÇIKTILARI (Deliverables)

OTEL REZERVASYON SETİ

- Destinasyon Reels (Awareness)
- Oda/Teklif Carousel (Consideration)
- Erken Rez. Formu (Conversion)
- Sepet Hatırlatma (Remarketing)

B2B LEAD ÜRETİM SETİ

- Sektörel Video (Awareness)
- Case Study Trafik (Consideration)
- Analiz Talep Formu (Conversion)
- Demo Çağrısı (Remarketing)

Bütünleşik Planlama Örneği

Başarı İçin 5 Altın Kural

- Tek KPI:** Her funnel katmanında yalnızca bir ana KPI seçin; diğerlerini yardımcı metrik olarak izleyin.
- Hiyerarşik İsimlendirme:** Kampanya isimlerinde katmanı (AW/CO/BO/LO) mutlaka belirtin.
- Değişken Mesaj:** Remarketing'de kullanıcıya aynı reklamı göstermeyin; kaldığı aşamaya göre mesajı özelleştirin.
- Sürtünmesiz Landing:** Varış sayfanız tek bir hedefe hizmet etsin ve form doldurma zorluğunu minimuma indirin.
- Veri Disiplini:** Raporların güvenilirliği için UTM standardını asla bozmayın.

Kontrol Listesi & Deliverables

- [] 4 katmanın tamamı için kampanya kurgusu yapıldı mı?
- [] Her katman için en az 2 farklı kreatif varyasyonu planlandı mı?
- [] Remarketing en az 3 farklı segmente ayrıldı mı?
- [] UTM ve GA4 event isimlendirme standartları sabitlendi mi?

Teslimat Seti: Funnel Kampanya Seti Planı, KPI Matrisi, Remarketing Mesaj Haritası ve UTM/GA4 Ölçüm Standardı.