

# 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 yayınlamadan 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 görünmüyor	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 kırım 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 anlamılaşır

## 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 sayıldığına dair teknik not.
- İlk Rapor Şablonu:** Yönetim için 1 sayfalık özet.