

A/B Test Fikirleri & Sonuç Değerlendirme Şablonu (v1.0)

Asset Amacı: Bu şablon, otel reklamlarındaki A/B testlerini hipotez aşamasından sonuç raporuna kadar standardize eder. Hangi değişkenin test edildiğini, KPI uyumunu ve örneklem yeterliliğini kontrol ederek "her şeyi aynı anda değiştirme" hatasını önlemeyi ve sezonda kazanan stratejileri hızlıca ölçeklendirmeyi hedefler.

Kim Kullanır?: Otel Pazarlama Ekipleri, Ajans Performans Uzmanları ve Raporlama Sorumluları.



“Test aşamalarını ve hipotezden ölçeklemeye giden süreci gösteren test şeması görseli.”

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Hipotez Kurma:** Belirlediğiniz bir test fikrini (Başlık, Görsel, Teklif vb.) seçin ve hipotezinizi yazın (Örn: "{X} değişirse {KPI} iyileşir").
- Kurulum:** Deneyin kontrol ve varyant gruplarını tanımlayın; kurulum skorunu (0-10) üzerinden puanlayarak test koşullarını sabitleyin.
- Karar Verme:** Sonuç tablosundaki CTR, CPA ve ROAS verilerine göre "Ölçekle (Yeşil)", "Uzat/İyileştir (Sarı)" veya "Durdur (Kırmızı)" kararını verin.

Audit Sheet: Kurulum & Sonuç

A) Kurulum Skoru (Puanlama)

Testin geçerliliğini sağlamak için aşağıdaki kriterleri 0-2 puan arası değerlendirin:

- **Tek Değişken Kuralı:** Sadece tek bir değişken mi test ediliyor?
- **Learning Phase:** Öğrenme evresi başarıyla tamamlandı mı?
- **Örneklem Yeterliliği:** İstatistiksel olarak anlamlı bir kitleye ulaşıldı mı?
- **KPI Tanımı:** Başarı kriteri (Örn: ROAS) net bir şekilde belirlendi mi?
- **Sezon/Pazar Notu:** Pazar sapsmaları ve sezon etkisi hesaba katıldı mı?
- **TOPLAM SKOR:** [/ 10]

B) C) Sonuç Tablosu

Test verilerini aşağıdaki tabloya işleyerek performans farkını netleştirin:

Varyant	CTR	CVR	CPA	ROAS	Not
Control	—	—	—	—	Mevcut durum
Variant	—	—	—	—	Test edilen

F) Öncesi/Sonrası Tablosu (Kısa)

KPI	Önce	Sonra	Değişim
CTR	—	—	—
CPA	—	—	—
ROAS	—	—	—

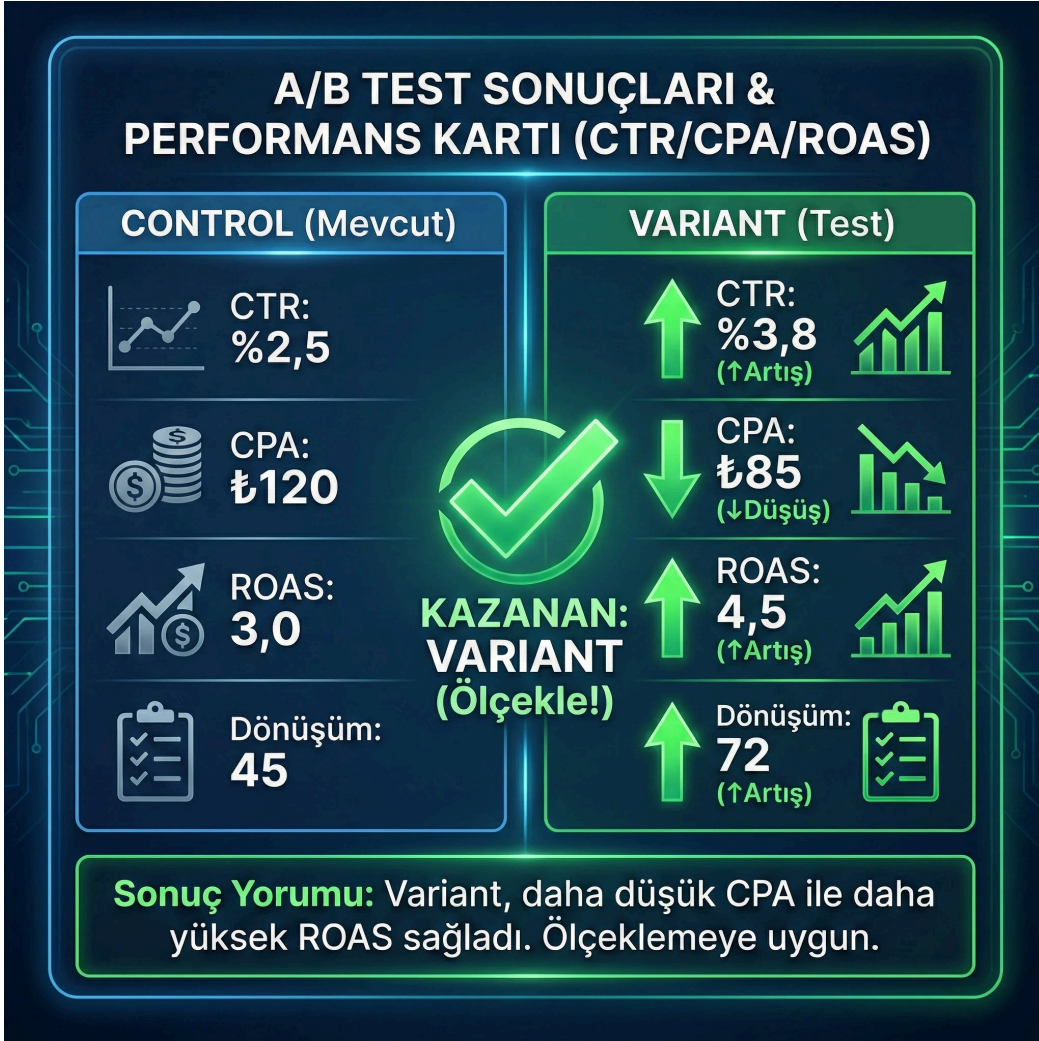
E) Ölçekleme Planı (İlk 10 Aksiyon)

1. **Kademeli Bütçe:** Kazanan varyantın bütçesini aynı pazarda %20-30 oranında kademeli artırın.
2. **Format Uyarlaması:** Kazanan kreatifi Feed, Story ve Reels formatlarına uyarlayın.
3. **Landing Uyumu:** Reklam mesajı ile landing sayfası arasındaki tutarlılığı denetleyin.

4. **Remarketing:** Başarılı kurguyu 7, 14 ve 30 günlük remarketing kitlelerine taşıyın.
5. **Lokalizasyon:** Kazananı DE, RU ve UK pazarları için ayrı ayrı kopyalayıp uyarlayın.
6. **Ders Çıkarma:** Kaybeden varyantın neden başarısız olduğunu tek cümleyle not alın.

Deliverables

Test Tanım Kartı, Kurulum Skor Matrisi, Sonuç Değerlendirme Tablosu ve Ölçekleme Aksiyon Listesi.



“A/B test sonuçlarını ve KPI değişimlerini özetleyen sonuç grafiği kartı.”