

“Çok Trafik, Az Satış” KPI Checklist’i — Satış & Dönüşüm Raporları (v1.0)

Asset Amaç: Bu checklist, “görüntülenme ve tıklama yüksek ama satış düşük” probleminde doğru KPI sırasıyla teşhis yapmanızı sağlar. Amaç, sorunu trafikte mi UX’te mi yoksa fiyat/teklifte mi olduğunu hızlıca ayırıp, tek kök nedene odaklı 14 günlük iyileştirme sprint’iyle dönüşüm ve geliri artırmaktır.

Kim Kullanır?: Pazarlama, satış, UX/yazılım ve ajans ekipleri.

Nasıl Kullanılır?

- KPI’ları Sırayla Kontrol Edin:** Hiyerarşik sırayı takip ederek problemi Trafik Kalitesi → UX/Funnel Terki → Fiyat/Teklif Paritesi sırasıyla tarayın.
- Sorunu Tek Kök Nedene İndirgeyin:** Yaşanan tıkanıklığı tek bir ana nedene bağlayıp buna uygun 14 günlük odaklanmış aksiyon planını seçin.
- 14 Gün Sonra Yeniden Ölçün:** Uygulanan iyileştirmelerin ardından aynı KPI setini tekrar inceleyerek dönüşüm ve gelir artışını doğrulayın.

KPI SIRASI CHECKLIST’İ

- [] **Impressions / Clicks / CTR Analizi:** Reklam ve kanal bazlı görünürlük, tıklama sayıları ve CTR değerlerinin nitelikli trafik üretip üretmediği incelendi.
- [] **Sessions + Engagement Süreleri:** Siteye gelen trafiğin kalitesi, oturum süreleri ve etkileşim oranları üzerinden doğrulandı (Varsayım).
- [] **Niyet Event’leri (Search / Room / Checkout):** Fiyat arama ([view_search_results](#)), oda seçimi ([select_room](#)) ve ödeme adımı ([begin_checkout](#)) tetiklemeleri kontrol edildi.
- [] **Funnel Drop-off (Adım Terk Oranları):** Kullanıcıların hangi iki adım arasında yüksek oranda kaybolduğu (drop-off) net olarak tespit edildi.
- [] **Price / Offer Parity Sinyali:** OTA ve Direct kanalları arasındaki fiyat tutarsızlıkları veya teklif netliği incelendi (Varsayım).
- [] **Net Katkı Lensi Kontrolü:** Tıklama maliyeti yüksek ama dönüşümü sıfır olan arama terimleri ve kanallar kârlılık süzgecinden geçirildi (Varsayım).

PROBLEM → KÖK NEDEN → ÇÖZÜM TABLOSU

Problem	Kök Neden	Çözüm
Trafik kalitesi düşük	Yanlış hedefleme	Segment / keyword temizliği
Checkout terk yüksek	Form / ödeme sürtünmesi	Checkout sprint

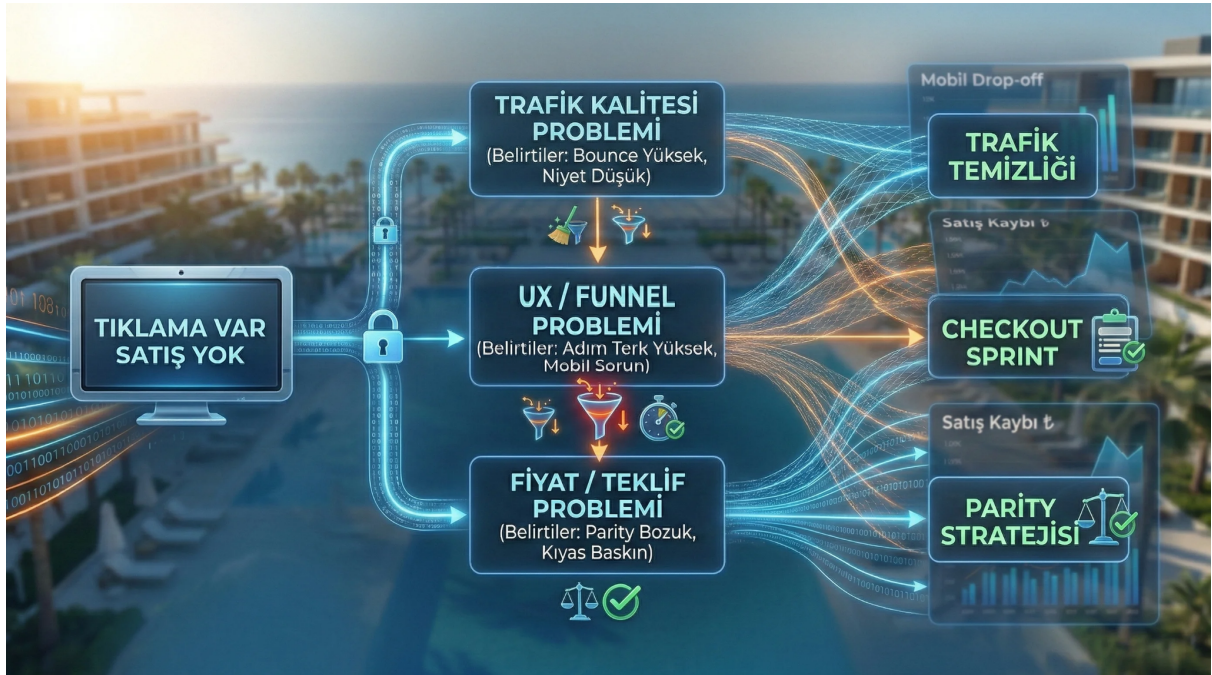
Fiyat rekabeti zayıf	Parity / teklif netliği	Direct avantaj + paketleme
----------------------	-------------------------	----------------------------

14 GÜNLÜK SPRINT PLANI (GÜN 1–14)

- Gün 1–2 (Trafik Kalite Kontrol):** Tıklama getiren anahtar kelimeleri, hedef kitle segmentlerini ve kaynak bazlı etkileşim oranlarını filtreleyerek kalitesiz trafiği eleyin.
- Gün 3–4 (Funnel Drop-off Teşhisi):** Analytics ve heatmap verileriyle rezervasyon motoru üzerindeki en büyük kırılma adımını tespit edin.
- Gün 5–7 (Tek Kök Neden Seçimi + Aksiyon Tasarımı):** Öne çıkan ana soruna yönelik (Örn: Ödeme ekranı karmaşası) prototip ve UX çözümlerini hazırlayın.
- Gün 8–12 (Uygulama):** Yazılım ve pazarlama ekipleriyle iyileştirmeleri canlı ortama alın ve takipleri doğrulayın.
- Gün 13–14 (Yeniden Ölçüm + Rapor):** 14 günlük test sürecinin ardından dönüşüm oranı ve rezervasyon gelirindeki net değişimi raporlayın.

DELIVERABLES (TESLİM EDİLECEK ÇIKTILAR)

- 1x "Çok Trafik, Az Satış" Kök Neden Teşhis Raporu
- 1x Odaklanmış 14 Günlük UX & Teklif İyileştirme Aksiyon Planı
- 1x Sprint Öncesi / Sonrası Dönüşüm & Gelir Kıyaslama Raporu



[Diagram] — “Teşhis diyagramı, otel bağlamı”

1920×1080px geniş ekran formatında, "Çok Trafik, Az Satış" Teşhis Akış Diyagramı. Trafik Kalitesi (Kitle & Keyword) → Site İçiUX (Funnel Terki) → Fiyat & Teklif (Parite & Avantaj) hiyerarşisinde sorunun kaynağını adım adım tespit eden karar ağacı şeması.



[Checklist Card] — “KPI checklist kartı, otel bağlamı”

1200×1200px kare formatında, "Çok Trafik, Az Satış" Teşhis Kontrol Kartı. CTR, Engagement, Niyet Event'leri, Drop-off oranları ve Price Parity kontrol adımlarını görsel checklist formatında sunan kart.



[KPI Card] — “Funnel KPI kartı, otel bağlamı”

1200×1200px kare formatında, Dönüşüm Huni Performans KPI Kartı. Tıklama Başına Oturma Oranı (%), Arama-Oda Seçimi Geçiş Oranı (%), Checkout Terk Oranı (%) ve Toplam Dönüşüm Oranını (%) gösteren performans paneli.